

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



**BUXORO OZIQ OVQAT VA YENGIL SANOAT  
TEXNOLOGIYASI INSTITUTI**

**“Biznes va Boshqaruv” fakulteti**

**Referat**

**TURIZM FAOLIYATINI AMALGA OSHIRISH**

**Bajardi:**

**Ruziyev Jamshid**

**Qabul qildi:**

**Ruziyeva D.I**

**Buxoro 2008**

## KIRISH

O'zbekiston Yevroosiyo mintaqasida geopolitik joylashuvi, turistlar uchun yangi hududligi, xalqaro va mahalliy turizmni rivojlantirish imkoniyatlari bilan muhim ahamiyatga ega. Boy tabiiy, xom-ashyo potentsiali, bo'sh mehnat resurslarining mavjudligi, siyosiy barqarorlik hamda xalqaro avialiniyalar va aloqalari tarmog'i mavjudligi bu o'lkada turizmnining hamma ko'rinishlarini rivojlantirishga imkon yaratadi. Rang-barang tabiiy-klimatik sharoitlar, landshaftlar va issiq iqlim turistlarni yil davomida qabul qilish imkonini beradi.

Bu kabi qulay imkoniyatlarga qaramay O'zbekistonda turizm hozirgi paytda juda muvozanatsiz rivojlanmoqda. Tashqi turizm hajmi ichki va mahalliy turizm hajmidan sezilarli darajada yuqoridir."2005 yilgacha O'zbekistonda turizmni rivojlantirish Davlat Dasturi" va "Turizm" to'g'risidagi 1999 yil 20 avgustda qabul qilingan Qonun e'lon qilinishiga qaramasdan, mamlakatda tashqi turizm bozori nisbatan faol faoliyat yuritmoqda. Bu esa mamlakatga kirayotgan turistlarga nisbatan chetga chiqayotgan turistlar soni ko'pligini bildiradi. Natijada, milliy iqtisodiyotimizga valutaning kirishiga nisbatan tashqariga chiqib ketish miqdori ko'payadi.

Bunday teskari muvozanat mamlakat iqtisodiyotiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Turmahsulotlarning turli kombinatsiyalari sifatida taklif etish uchun turistik resurslar hajmi va miqdori O'zbekistonda yetarlidir.

Turistlarga sifatli xizmat ko'rsatishni tashkil qilish - dunyoning deyarli barcha shaharlarida joylashgan yirik turistik firmalar va turagentliklar tarmoqlarining vazifasi hisoblanadi.

Xorijiy va mahalliy turistlarni qabul qilish vazifasini ko'rsatish dasturini ishlab chiqishda kompleks yondashuv - turoperator vazifasidir.

Shunday qilib, mahalliy va xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash hamda shu sohada raqobatbardoshlikni oshirish maqsadida turizm bo'yicha malakali kadrlarni yetishtirish va turizm tadbirkorligi sohasida turoperatorlik faoliyatini tadbiq etish zarurati yuzaga keldi.

## **TURIZM FAOLIYATINI AMALGA OSHIRISH**

### **1.1. Turoperator va turagent faoliyati**

Turmahsulot asosan tashish, joylashtirish va sayohat tomoshadan iborat. Turmahsulot ishlab chiqarilishga aviatsiya, dengiz, temiryo'l, avtomobil kompaniyalari, shuningdek, mehmonxonalar va boshqa joylashtirish vositalari, muzey, ekskursion biznes, ommaviy ko'ngii ochish joylari, sport, kurort tashkilotlari va hokazolar kiradi.

Turmahsulot tayyorlovchilar, ya'ni, turoperatorlar (TO) o'z mahsulotlarini ham to'g'ridan-to'g'ri va turagentlar (TA) orqali mijozlarga sotadilar.

Turoperatorlar biznesi uzoq joylarda ommaviy turizmning shakllanishi va turmahsulotning murakkablashishi hisobiga yuzaga keldi va natijada, turistik firmalar faoliyatlarining maxsuslashishi jarayoni rivojlandi: ba'zilari turizm faoliyati yo'nalishlarini shakllantirib o'z imkoniyatlarini xizmatlar paketi ishlab chiqarishga yo'naltirdilar, yangi regionlarni o'zlashtirdilar, turizmning yangi turlarini ishlab chiqdilar, boshqalari katta e'tiborni solishga qaratdilar va turagent sifatida rivojlandilar.

Turistlarning ko'ngil ochish va hordiq chiqarish tadbirlariga sezilarli summadagi pullarni xarajat qilishi hammamizga ayon. Bundan tashqari, ular sport bilan shug'ullanishga, qo'shimcha kurort, maishiy va boshqa xizmatlarni olish istagini ham bildiradilar. Turistik xizmat ko'rsatish sohasiga xizmalar ko'rsatuvchi tashkilotlarni jalb etish, shuningdek, bu xizmatlardan rang-barang tematik turlarni komplektatsiya qilish turopereytengning (turistik dasturlar ishlab chiqish) rivojlanishini talab qiladi. Bu turoperatorning asosiy vazifalaridan bittasi hisoblanadi.

**Turoperator** xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan shartnomalar bo'yicha va turistlar ehtiyojlariga mos ravishda turlar komplektatsiyasi bilan shug'ullanadigan turistik firma(tashkilot)dir. Turoperator - bu turistik paket ishlab chiqaruvchidir. U turistik yo'nalishlar ishlab chiqish va turlar komplektatsiyasi bilan shug'ullanadi; ularning amal qilishini ta'minlaydi, reklamani tashkil qiladi, bu yo'nalishlar bo'yicha narxlarni hisoblaydi, turlarni to'g'ridan-to'g'ri yoki turistik agentliklar vositasida turistlarga sotadilar.

Turoperatorlar turistlarni turli turistik xizmatlardan tanlash imkonini ta'minlab beradi va bir vaqtning o'zida boshqa shahar va joylarda buyurtma berish vazifasini o'z zimmasiga olib osonlashtiradi.

Turoperatorlar turizm industriyasida maxsus rolni bajaradilar. Ular turmahsulotlarni (joylarni-samolyotda, nomerlarni-mehmonxonada) sotib oladilar, turistik xizmatlar paketini shakllantiradilar va foyda olish maqsadida turli to'g'ri yoki bilvosita foydalanuvchilarga (turistlarga) sotadilar. Turoperator turistik xizmatlarni alohida ham sotishi mumkin. Bu yo foyda olish, yoki zaruriyat yuzasidan qilinadi. Masalan, imtiyozli narxlarda sotib olingan samolyotdagi joylar sonini to'ldirish uchun chiptalarni ham sotishi mumkin va bunda u vositachi sifatida keladi.

Birinchi holda, ya'ni, turoperator paket shakllantirayotganda u turmahsulotlar ishlab chiqaruvchisi sifatida faoliyat yuritadi. Ikkinchi holda, ya'ni, turoperator xizmatlarini alohida sotayotganda turistik xizmatlarning ulgurji dileriga aylanadi. Bu holat turoperator ishlab chiqaruvchidan turistik paketni shakllantirish uchun kelagidan ortiqcha turistik xizmatlar sotib olganda bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, hozirda ommaviy (ko'p) sotib olgani uchun mehmonxonalar va xizmatlar yetkazib beruvchilar orasida tegishli imtiyozlarga ega bo'lgan maxsuslashgan ulgurji turoperatorlari mavjud. Turoperatorning yana bir ahamiyatli jihati shundaki, u turistlar uchun iqtisodiy qulay bo'lgan turistik paketlarni shakllantirish uchun oladigan xizmatlarining narxi o'zgarishidan kafolatlan olish qobiliyatiga ega. Ulgurji turoperator narxlari har doim mehmonxonalar narxlaridan arzon bo'ladi.

Ammo baribir turoperatorlarni turmahsulotlarning keng ko'lamining ulgurji sotuvchisi sifatida emas, balki yangi mahsulotlar ishlab chiqaruvchi sifatida ko'rib chiqish lozim. Shunda u haqiqatga to'g'ri bo'ladi, turoperatorning asosiy faoliyati turlar yoki turpaketlarni shakllantirishdan iboratdir.

### **Turoperator va turagent o'rtasidagi asosiy farqlar:**

#### **A. Daromad tizimi bo'yicha:**

*Turoperator* ba'zi turistik xizmatlarni sotib oladi. Uning foydasi sotib olish va sotish narxlari farqidan shakllanadi. Ko'pincha, turoperator alohida xizmatlarni sotib oladi va keyin o'zining narx mexanizmi orqali turmahsulot kompleksini shakllantiradi.

*Turagent* esa chakana savdo bilan shug'ullanib, uning foydasi boshqalarning turmahsulotlarini sotganligi uchun oladigan komissionlardan tashkil topadi. Turagent turmahsulotlarni turoperator yoki xizmatlar ishlab chiqaruvchilarning real narxlarida sotadi.

#### **B. Turmahsulottegishliligi bo'yicha:**

***Turoperator*** har doim sotish uchun turmahsulot zahirasi ega bo'ladi, *turagent* bo'lsa mijoz sotib olish istagini bildirgan holdagina ma'lum xizmatlarni talab etadi.

Biroq amaliyotda ba'zan turoperator va turagent orasidagi farqni ajratib bo'lmaydi, chunki har ikkalasi o'xshash vazifalarni hal qilishlari mumkin. Masalan, firma turoperator sifatida yo'nalishlar ishlab chiqishi, turistlar va boshqa agentliklarga sotishi ham mumkin. Xuddi shu vaqtda aynan shu turistik tashkilot turagent sifatida boshqa firmalardan xizmatlar sotib olishi va turistlarga sotishi ham mumkin.

Turizm industriyasining shiddat bilan rivojlanishi, turizm bozorida raqobatning yuzaga kelishi va kuchayishi - hammasi turoperatorlar strukturasiga ta'sir ko'rsatdi va ularning keyingi maxsuslashuvini qayta aniqlab berdi.

**Turoperatorlar** quyidagilarga ajratiladi:

#### **Faoliyat turiga ko'ra:**

**1. Ommaviy bozor turoperatorlari.** Ular ommaviy turizm joylariga charter aviareyslardan foydalangan holda turpaketlar sotadilar.

2. *Maxsuslashgan turoperatorlar* - bozorning ma'lum segmenti yoki mahsulotiga maxsuslashgan turoperatorlardir. Bular o'z navbatida quyidagilar bo'lishi mumkin:

- a) maxsus qiziqishlar turoperatorlari (masalan, sport-sarguzasht turizmi, Afrikada safari uyushtirish va boshqalar);
- b) maxsus boriladigan joylar turoperatorlari (masalan, Angliya, Fransiya va boshqa joylarga safarlar);
- v) ma'lum mijozlar guruhi turoperatorlari (yoshlar, oilalar, ish odamlari va boshqalar);
- g) maxsus joylashtirish joylari turoperatorlari (dam olish uylari, turbazalar va hokazo);
- d) ma'lum transport turlaridan foydalanadigan turoperatorlar (teploxod, poyezd va boshqalar).

Faoliyat joyiga ko'ra:

1. *Mahalliy (ichki) turoperatorlar*. Ular o'zi yashayotgan mamlakat chegaralari doirasida yo'nalishlar bilan birgalikda turpaketlar tuzadilar.

2. *Chiqish turoperatorlari* turpaketlarni xorijiy davlatlarga yo'naltiradilar.

3. *Qabul qiluvchi turoperatorlar*. Ular turistlar boradigan mamlakatda joylashgan bo'ladi va ularga xizmat ko'rsatishadi.

Bundan tashqari, turoperatorlarni Initsiativ va Retseptiv turoperatorlarga ham bo'lish qabul qilingan.

*Initsiativ turoperatorlar* - bular turistlarni qabul qiluvchi (Retseptiv) operatorlar yoki to'g'ridan-to'g'ri turistik korxonalar bilan shartnoma asosida xorijga yoki boshqa regionlarga jo'natadigan operatorlardir. Bu operatorlarning faqat o'zgalar turlarini sotish bilan shug'ullanadigan turagentlardan farqli tomoni ular BTT me'yorlari bo'yicha kamida uchta xizmatlardan (joylashtirish, turistlar transportirovkasi va yuqoridagi ikkitasidan boshqa istalgan xizmat turi) tashkil topadigan turmahsulot komplektatsiyasi bilan shug'ullanishadi. Klassik initsiativ turoperator turli joylardagi mahalliy turoperatorlar xizmatlaridan foydalanib, murakkab yo'nalishli turlarni shakllantiradi, sayohat boshlanadigan joyga borishni va uyerdan qaytib kelishni ta'minlaydi. Shu bilan birgalikda yo'nalish ichida transport xizmati ko'rsatilishini tashkil etadi.

*Retseptiv turoperatorlar* - qabul qilish joyida qabul qiluvchi va xizmat yetkazib beruvchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri shartnomalar asosida ish olib boradigan turoperatorlardir.

Real turizm tadbirkorligida, ko'pincha, turizm bozori uchun xarakterli bo'lgan vazifalarning aralashuvi uchrab turadi. Turistik firma o'zinig ba'zi mahsulotlariga nisbatan ham Retseptiv, ham Initsiativ turoperator, ba'zi hollarda esa boshqa turoperator tomonidan shakllantirilgan tayyor turlarni sotish bo'yicha turagent sifatida ham kelishi mumkin.

Amaliyotda ko'p firmalarda Initsiativ va Retseptiv turoperator vazifalari birga olib boriladi. Masalan, AO "O'zintur" bir vaqtning o'zida mahalliy turistlarni xorijga yuborish va O'zbekistonda xorijiy turistlarni qabul qilish bo'yicha operator sifatida faoliyat yuritadi. "Planeta-Tur" kompaniyasi esa (Sharqiy-Osiyo regionini bo'yicha turoperator), qabul qilish bo'yicha xorijiy turoperatorlar bilan shartnomalar tuzib, Tailand, Malayziya kabi

davlatlarga turlar tashkil qilib, unga qator boshqa xizmatlarni ko'rsatish bilan ham sof initsiativ turoperator vazifasini bajaradi.

Boriladigan mamlakatning Retseptiv turoperatorlari bilan shartnomalar asosida turistlarni xorijga jo'natish bilan shug'ullanadigan turistik firma nima uchun turoperator hisoblanishini ko'rib chiqamiz.

"Turizm to'g'risida"gi Qonun bo'yicha o'z turistik mahsulotini shakllantiradigan va unga o'z yo'llanmasini chiqaradigan turistik tashkilotgina turoperator hisoblanadi. Bunday talablarni turfirma bajaradi. Yo'llanma turistlar bilan qilinadigan bitimga rasmiy ilovadir (xizmat ko'rsatish joyiga ko'rsatiladigan asosiy hujjat-vaucherdir).

*Turoperator vazifalariga quyidagilar kiradi:*

1. Potensial turistlarning turlar va turistik dasturlarga bo'lgan talablarini o'rganish.

2. Prespektiv xizmat ko'rsatish dasturlari, turlarni tuzish va ulaming turistlar talablariga mos kelishini aniqlash maqsadida bozorda aprobatsiyadan o'tkazish.

3. Turlarga shartnoma asosida xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan quyidagicha hamkorlik qilish:

- \* mehmonxonalardan turistlarga yashash uchun joy berishda;
- \* ovqatlantirish korxonalari bilan turistlarga ovqatlantirish xizmatini ko'rsatishda;
- \* transport korxonasi, firmasi va kompaniyalari bilan - turistlarga transport xizmatini ko'rsatishda;
- \* ekskursion firmalar, muzeylar, ko'rgazmalar zallari, parklar va boshqa joylarda turistlarga ekskursion xizmatlarai ko'rsatishda;
- \* turli maishiy xizmatlar ko'rsatuvchi firmalar bilan turistlarga tegishli xizmatlarni ko'rsatishlarida;
- \* sport inshootlari ma'muriyati bilan turistlarning sport inshootlaridan foydalana olishlarida;
- \* shou, kino, video, teatr korxonalari menejerlari bilan taristlarriing u yerlarga borishlarida;
- \* qo'riqxonalar, bog'-xiyobonlar, ov va baliqchilik xo'jaliklari direksiyasi bilan u joylarda turistlar dam olishini va ularga xizmat ko'rsatilishini ta'minlashda;
- \* mahalliy hokimiyatlar bilan odam va uni o'rab turgan muhitga yo'naltirilgan o'z biznesini jamoatchilik munosabatlari predmetiga asoslangan holda bitimlar tuziladi.

Turlarga xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan o'zaro hamkorlik ham prespektiv, hamjoriy xarakterga ega bo'lishi lozim, ya'ni doimiy ravishda yangi turlamingustidaishlash va amaldagi tur vaturistik dasturlarni nazorat qilib borish lozim,

4. Tur, transtur qiymatini hisoblash va bozor holatini hisobga olgan holda narxlarni aniqlash. Turli tarkib klassi bo'yicha, turlar komplektatsiyasi bo'yicha o'z xizmatlariga narx va tariflarni belgilash.

5. Tur yo'nalishi bo'yicha sayohat qilayotgan turistlarni barcha zarur reklama-suvenir xarakteridagi materiallar, maxsus anjom va inventarlar bilan ta'minlash.

6. Yo'nalishda tursitlar bilan aloqada bo'ladigan vazifalarni bajaradigan kadrlarni tanlash, tayyorlash va belgilash, xizmat ko'rsatish dasturlarining bajarilishini nazorat qilish va muvofiqlashtirish (gid-ekskurso-vodlar, instruktorlar, animatorlar, metodistlar va boshqalarni).

7. Iste'molchilarga o'z turistik mahsulotini yetkazish uchun reklama-informatsion faoliyat.

8. Turagentlik tizimi orqali iste'molchilarga turlarni yetkazish va sotish.

9. Xizmat ko'rsatishning sifati va ishonchliligini nazorat qilish.

10. Xizmat ko'rsatish jarayonida turistlar bilan doimiy tezkor aloqa, paydo bo'ladigan muammolarni hal qilish.

Retseptiv turoperator qabul qilish uchun turlarni shakllantirish bilan shug'ullanadi. Initsiativ maxsuslashgan turoperator, qoida bo'yicha, bir necha punktlarda qabul qilishlardan mujassamlashtirib turlarni shakllantiradi. Bunga misol qilib ijaraga olingan maxsuslashtirilgan transportdagi transturlarni olish mumkin.

Turoperator buyurtma yoki inklyuziv tur bo'lishi mumkin bo'lgan (sotish chog'ida o'zgarmaydigan, oldindan aniq bo'lgan xizmatlar to'plami) dasturlar paketi, turpaket (pekidj-tur) tuzadi. Mos ravishda birinchisi xizmat ko'rsatish variantlari bilan, ikkinchisi - variantlarsiz, xizmatlar kompleksning to'plami bilan sotiladi. Bu qabul qilish imkoniyatlari va sayohatlar yo'nalishiga bog'liq.

Turoperator turizm bozorida xizmat ishlab chiqaruvchilar va ularning iste'molchilari (turistlar) orasidagi pozitsiyani egallaydi. Uning vazifasi alohida ishlab chiqaruvchilar xizmatlarini, ham asosiy xizmatlar, ham qo'shimcha xizmatlar sifatidagi turmahsulotni kompleks ko'rinishida iste'molchilarga yetkazib berishdan iboratdir.

Qo'shimcha xizmatlar birinchi qaraganda turoperator vazifasi hisoblanmaydi. Birinchidan, ko'pgina qo'shimcha xizmatlar turistlarni jalb qilishning asosiy motivi hisoblanadi, ikkinchidan, amaliyotning ko'rsatishicha, turoperator daromadining katta qismini turistlar tomonidan dam olish joylarida sotib olinadigan qo'shimcha xizmatlar tashkil etadi.

## 1.2. Turistik mahsulot ishlab chiqish

Turoperator faoliyatining asosiy vazifasi tegishli xizmatlar ko'rsatish dasturi bilan ta'minlangan tur yaratishdir. Bu esa turoperatorning bozorga chiqaradigan mahsuloti hisoblanadi. Turist talabnomasini va turni sotishning tashkil qilinishiga qarab turlar individual va guruhli bo'lishi mumkin.

**Individual turlar** turistga ko'proq erkinlik va mustaqillik sharoitini yaratib beradi, ammo bunda tur nisbatan qimmatroq bo'ladi, chunki turist yo'nalish ichidagi transport xizmati, gid xizmati kabilarga haqni alohida, to'liq to'laydi, guruhli turlarda esa bu xarajatlar guruhdagi turistlar soniga teng bo'lib to'lanadi. Aynan shuning uchun individual turlar ommaviy turistlar uchun doimo ma'qul kelmaydi.

Bundan tashqari, individual safarlarni tashkil qilish bron qilish, dispetcherlash, hisob-kitoblar va boshqa operatsiyalarni amalga oshirish uchun kompyuter texnikasidan foydalanishni talab etadiganjuda ko'p ish hajmini o'z ichiga oladigan jarayon hisoblanadi. Boshqa tomondan, individual turizm iqtisodiy nuqtai nazardan turistik firmalar uchun juda foydalidir, chunki bunda guruhli turlar bilan solishtirilganda har bir kishiga

individual tur sotishdan ko'proq daromad olinadi. Shuning uchun firma strategiyasida ham individual, ham guruhli turlar uchun ma'lumjoylar topilishi lozim.

**Guruhli turlar** nisbatan arzon, ommaviy turistlar uchun qulay, ammo guruhli sayohatlarda ularning har bir qatnashchisi guruh uchun o'rnatilgan sayohat tartiblariga bo'ysunishi lozim.

O'ziga tortuvchi turmahsulotni yaratish turoperatorning birinchi va eng ahamiyatli vazifasidir. Turistik tashkilotlarning bu faoliyat sohasi bevosita ishlab chiqarish jarayonlari bilan bog'liq. Korxonaning mahsulot siyosati ishlab chiqarish va sotish o'rtasidagi kelishilgan, shuningdek, turmahsulot miqdori va xizmat ko'rsatish dasturlariga, turlar ko'lamiga tegishli qarorlarning qabul qilinishini talab qiladi.

Turmahsulot yaratishda, turist nimani sotib oladi? - degan savolning aniq javobiga ega bo'lishimiz lozim. Axir turist faqat mehmonxonada joylashgani uchun emas, balki qulaylik, yaxshi muomala uchun pul to'laydi. Shuning uchun ham tur mahsulot yaratish iste'molchi sifati va xususiyatlarini o'rganish, turistlar uchun nisbatan qiziqarliroq tomonlarni aniqlashdan boshlanishi lozim. Aynan shu turmahsulot ishlab chiqishda va uni sotishda yordam beradigan omil hisoblanadi.

**Mutaxassislar tomonidan turmahsulotning bir necha asosiy iste'mol xususiyatlari e'tirof etilgan:**

\* **o'zaro bog'liqlik**, ya'ni ko'rsatiladigan barcha xizmatlar turistlar talablariga asoslangan yo'ldosh sharoitlari va sayohat maqsadlari bilan o'zaro bog'liq bo'lishi lozim;

\* **ishonchlilik** - mahsulot real tarkibidir, reklamaga mosligi, ma'lumotlarning to'g'riligi;

\* **samaradorlilik** - turist tomonidan kam xarajat evaziga yuqori samaradorlikka erishish;

\* **yaxlidilik** - mahsulotning turist talablarini to'lagicha qondira olish qobiliyati;

\* **aniqlilik** - mahsulotning iste'mol qilinishi, uning yo'naltirilganligi ham turistga ham xizmat ko'rsatuvchi personalga tushunarli bo'lish lozim;

\* **foydalanish osonligi**;

\* **moslashuvchanlik** - mahsulot va xizmat ko'rsatish tizimining iste'molchilarning boshqa tiplariga moslasha olish qobiliyati va xizmat ko'rsatish personal o'zgarishiga nota'sirchan bo'lish;

\* **foydalilik** - bir yoki bir necha maqsadlarga xizmat qila olish qobiliyati (masalan, dam olish va bilish), turistning u yoki bu talablarini qondira olishi.

Bu xususiyatlarni amalga oshirish nazoratini ta'minlash turistlarning sayohatdan keyingi qoniqish darajasini o'rganishdir. Ammo turistik xizmatlar nazorati turmahsulotni rejalashtirish bosqichidan boshlanadi.

Yuqorida sanab o'tilganlar qatorida mutaxassislar tomonidan mehmondo'stlik deb ataladigan turmahsulot xossasi tan olingan. Biz istalgan eng mukammal turmahsulot ham o'z xususiyatlarini yuqotganday tuyuladi va turist o'z ehtiyojini yetarli darajada qondira olmaydi. Turizm industriyasida mehmondo'stlik professional talab bo'lib, u insonlarga ulami qabul qilayotganimizdan xursand ekanligimizni ko'rsata olish san'atidir. Bu tushuncha ko'pqirrali bo'lib, ko'p omillardan kelib chiqadi:

a) dam olish, bilish va ko'ngil ochish imkoniyatlari haqida mahalliy va regional bozorlarning sifatlari

malumotlari hamda turistlar bilan uchrashuvga tayyorlanishayotgani haqida ma'lumot;

b) potensial iste'molchilarda turistik joylar, korxonalar, xizmat ko'rsatuvchi personallar to'g'risda ijobiy tasavvur paydo qilish (reklama, turizmga bag'ishlangan teleko'rsatuvlarda ishtirok etish, xayriya faoliyatlari va hokazo);

d) xizmat ko'rsatuvchi personallarning turistlarga e'tibor belgilarini ko'rsatishga oshkora intilishlari (hamma narsa mijozlar uchun prinsipi bo'yicha xizmat ko'rsatish siyosati);

e) turistik mahsulot yetkazib beruvchilarning mijozlar iltimoslari va istaklariga e'tiborli munosabatlari (biz siz uchun yana nima qila olamiz prinsipi bo'yicha);

f) turistlarning xizmatlar olishini osonlashtirish haqida g'amxo'rlik qilish (yo'l ko'rsatkichi va bukletlardagi obyektlar haqida turistga tushunarli tildagi firma ichidagi ma'lumotlar);

g) xizmat ko'rsatish prinsipi darajasiga ko'tarilishi lozim bo'lgan, turistlarga yaxshi munosabatda bo'lish.

*Bu prinsiplarning barchasi xizmat ko'rsatish texnologiyasiga kiritilishi lozim.* Turni tashkil etish texnologiyasida ham turistlarning xizmat ko'rsatuvchi personallar bilan o'zaro munosabati iqlimi, ham turistlarning xizmatlarni qabul qilishi psixologik aspektlarini hisobga olish ahamiyatlidir. Bu esa birinchi o'rinda turistning shaxsiy qiziqishlari va unga bo'lgan ruhiy munosabatni bildiradi.

Xalqaro turizmدا turistlarga quyidagi e'tibor belgilarini ko'rsatish amaliyotga kirgan:

\* kutib olish suveniri - har bir turistga. Hatto, suvenir sifatida yostiqdagi bir dona konfet bo'lishi mumkin. Mehmonxona xizmat ko'rsatishidan farqli ravishda turlarda suvenirning predmetligi talab etiladi (tur tipi va sayohat maqsadiga bog'liq ravishda). Masalan, ish turlarida ish prospektlari, qiziqtiradigan mahsulotlarning suvenir namunalari, maxsus buyumlar, folklor turlar uchun - milliy xarakterdagi mayda suvenirlar;

\* turistlarga tur tugaganidan keyin o'tilgan yo'nalish haqida maxsus tayyorlangan diplomlar, yorliqlar, nishonlar berish;

\* dam olish joyi to'g'risidagi reklama varaqalari, bukletlar, yo'l ko'rsatkichi va spravochniklarni turistlar bepul olish imkoniyati mavjud bo'lishi lozim;

\* dam olishning (sayohatining) birinchi kunidan turistlarga rejalashtirilgan va qo'shimcha xizmatlar haqida ma'lumot berish va ularni oydinlashtirish uchun gid bilan uchrashuv o'tkazish lozim. Agar bu uchrashuvda videoma'lumot bo'lsa va turistlar mahalliy ichimliklar bilan mehmon qilinsa yaxshi bo'ladi.

Xizmat ko'rsatishni tashkil qilishda **yengillik prinsipini** hisobga olish lozim, ya'ni mijoz har qanday noxush narsalardan (tashkilotchilik ishlari, transport chiptalari va vositalarini, teatr va konsert chiptalarini buyurtma qilishdan, har qanday xizmat ko'rsatishni kutishdan) chetda bo'lish lozim.

*Xizmat ko'rsatishning optimalligi* - shuningdek, ahamiyatli iste'mol xususiyati bo'lib, mehmon do'stlikka bevosita aloqasi bordir. Ya'ni xizmat ko'rsatish optimalligi quyidagilarni bildiradi:

\* barcha xizmatlar bir xil xizmat ko'rsatish klassiga tegishliligi;

\* barcha xizmatlar ning tur tematikasiga mos kelishi;

- \* iste'molchilarning ma'lum maqsadli guruhiga turning adresli yo'naltirilganligi;
- \* xizmat ko'rsatish dasturlarining oldindan kelishuvi;
- \* dasturlar o'zgaruvchanligi (u yoki bu xizmatlarni almashtirish imkoniyati);
- \* ko'rsatiladigan xizmatlar miqdori bo'yicha xizmat ko'rsatishning ratsional tarkibi;
- \* xizmat ko'rsatishda g'oyaviylikning yo'qligi.

Bu prinsiplarning barchasini turmahsulot ishlab chiqish bosqichidayoq, noto'g'ri tayyorlangan mahsulot nafaqat talabga ega bo'ladi, balki keyichalik potensial bo'ladigan mijozlarni ham o'zidabiroqlashtirishi mumkinligini ham hisobga olish lozim. Bu esa turizm bozoridagi jiddiy raqobat sharoitida ahamiyatli omildir.

### 1.3. Xizmat ko'rsatish klasslari

Xizmat ko'rsatish klasslaridan ko'rsatiladigan xizmatlarning sifatini belgilashda foydalaniladi. Turmahsulot o'zining alohida ichki gradatsiyalariga ega bo'lgan turli xizmatlar majmuidan tashkil etilgani bois, uni turistga sotishda sotilayotgan mahsulotning darajasini belgilash muammosi paydo bo'ladi. Turlar va xizmat ko'rsatish dasturlari darajalarini belgilovchi me'yoriy standartlar na bizning mamlakatimizda va na xalqaro bozorda mavjud. Shuning uchun turoperator va turagentlar turmahsulotlar xarakati sotishda turning xizmat ko'rsatish darajasini shartli ravishda quyidagi kategoriyalarga ajratadilar: "lyuks", birinchi klass, turistik klass, iqtisodiy klass.

*"Lyuks" klassi* – bu klass bo'yicha tur tashkil etishda, odatda, eng yuqori klass xizmatlari jalb qilinadi. Mehmonxonalar yulduzi va hashamati, uchish birinchi klassda yoki biznes-aviatsiya samolyotlarida, ovqatlantirish xizmat ko'rsatiladigan hashamatli restoranlarda, "lyuks" klassli mashinalarda individual transfer ("limuzin-servis"), individual gid xizmatlari va hokazo. Bunday turlar VIP-xizmat ko'rsatish razradi bo'yicha ko'rsatiladi.

*Birinchi klass* - 4-5 yulduzli mehmonxonalarda joylashtirish, biznes-klassda uchish, a'lo darajadagi oshxona va taomlarning keng assortimenti, shved stoli varianti imkoniyati, individual transfer, gid rahbarligi kabilarni ko'zda tutadiganyetarli darajadagi yuqori xizmatko'rsatishdan iboratdir.

*Turistik klass* - 2-3 yulduzli mehmonxonalarda (mamalakatiga qarab) joylashtirishni, muntazam aviareyslarning iqtisodiy klassida uchish, shved stoli turi bo'yicha ovqatlantirish, guruhli transferni (turistlarni mehmonxonalarga olib borib qo'yadigan avtobus kutib oladi) ko'zda tutadigan eng ommaviy xizmat ko'rsatish variantidir.

*Iqtisodiy klass* - bu eng arzon xizmat ko'rsatish variantidir. Odatda, iqtisodiy klassdan talabalar va kam ta'minlangan odamlar foydalanidalar. Bu klass dasturlari uncha yuqori bo'lmagan darajadagi xizmatlar minimuni nazard atutaai. Joylashtirish o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish prinsipi bo'yicha servisni ko'zda tutadigan 1-2 yulduzli mehmonxonalarda, otellarda, yotoqxonalarda, kichik xususiy yoki kooperativ

mehmonxonalarda; ovqatlanish xizmati umuman ko'rsatilmasligi mumkin, kontinental turdagi taomlar o'rnida assortimenti shved stoli turi bo'yicha bo'lishi mumkin; uchish, albatta, charter aviareyslari yordamida; kutib olish va kuzatish jamoat transportida tashkil etilishi ham mumkin. Qisqasi, hammasi tejamli va qimmat emas.

Biroq shuni nazarda tutish kerakki, bu gradatsyalarning hammasi shartli va ko'p hollarda milliy variantlar va farqlarga ega bo'ladilar. Har qanday holda ham tur sotib olishda har bir xizmat darajasi va uning aniq tarkibini aniqlab olishimiz lozim.

#### 1.4. Xizmatlar paketi

Kompleks xizmat ko'rsatish turistik xizmatlar to'plamini (turpaketni) o'z ichiga oladi. Turizm xizmatlari turlicha: joylashtirish, ovqatlantirish, tashish, ekskursion, hordiq chiqarish, ko'ngil ochish va maishiy xizmatlar, sport va kurort dasturlari, turistik safarlar va boshqalar.

Turizm amaliyotida *asosiy* va *qo'shimcha* xizmatlar tushunchasi amal qiladi. Ular orasidagi farq nimada? Iste'mol sifati va xususiyatlari nuqtai nazaridan ular orasida qanaqadir farq yo'q. Masalan, ekskursiyalar, agar ular xizmat ko'rsatish kompleksi va tur narxiga kiritilgan bo'lsa asosiy xizmatlarga kiradi, agar turist o'z istagi bilan yana qaysidir ekskursiyani sotib oladigan bo'lsa, u holda bu xizmat qo'shimcha xizmatga aylanadi. Shunday qilib, asosiy va qo'shimcha xizmatlar orasidagi farq ularning turist tomonidan sotib olingan dastlabki paket yoki xizmatlar kompleksiga bo'lgan munosabatiga bog'liqdir.

Bizning amaliy faoliyatimizda *asosiy turistik mahsulot* kompleks xizmat ko'rsatishdir, ya'ni turistga bir "paketda" sotiladigan kompleks xizmat ko'rsatishdir.

**Xizmatlar paketi** (turpaket) - bu turoperator tomonidan ishlab chiqilgan, tashish, joylashtirish, ovqatlantirish, ekskursiyalar kabi ma'lum xizmatlar to'plamidan iborat turmahsulot hisoblanadi. Xizmatlar paketi tanlangan turistik dam olish ko'rinishi bo'yicha turistlar talablari va sayohat maqsadlariga bog'liqligida shakllantiriladi.

Tur va turpaket ishlab chiqishda turistlar bilan ishlashning ikki varianti bo'lishi mumkin: a) **buyurtma turlar** realizatsiyasi; b) **inklyuziv turlar** realizatsiyasi.

**Buyurtma tur.** Buyurtma turlarni sotishda dasturlarni shakllantirish va xizmatlar tarkibini mujassamlashtirish bevosita turist ishtirokida va uning istaklari asosida amalga oshiriladi. Unga tanlash uchun u tomonidan ko'zlanayotgan dam olish joyidagi xizmatlar turlari bo'yicha turli xizmat ko'rsatish variantlari taklif etiladi:

\*joylashtirish - darajasi, turi va mehmonxonaning joylashishi bo'yicha narxi;

\*ovqatlantirish - turli variantlar (to'liq yoki yarim pansion, yoki umuman ovqatlantirishsiz), shved stoli yoki xizmat ko'rsatiladigan "a la carte" va boshqalar,

\*ekskursiyalar, hordiq chiqarish-ko'ngil ochish xizmatlarini tanlashga qarab;

\*transport xizmatlari - aviauchish, temiryo'l tashuvi, avtomashina ijarasi va hokazo;

\*sport va kurort xizmatlari - bunday dasturlardan foydalanish tanlashga qarab ko'rsatiladi, shuningdek, treking yoki safar imkoniyati;

\*viza xizmatlari, shuningdek, sug'urta xizmatlari (zarurhollarda) va boshqalar.

Yuqorida aytilganidek, turist o'zining dam olishi yoki sayohati dasturini tuzishda o'n qatnashadi. Turist tomonidan tanlangan xizmatlar tur dasturiga qo'shiladi, turisturni sotib olayotganda to'lashi kerak bo'lgan narxlar hisoblanadi.

Odatda, bunday buyurtmalar agentliklarda shakllantiriladi va keyin sotish uchun turoperatorga keladi. Buyurtmalarning sifatli va tezkor bajarilishini ta'minlash uchun xalqaro turizm kompyuter kommunikatsiya tizimlari keng qo'llanilmoqda va uning foydalanuvchilari dunyoning ko'pgina turagentliklari va turoperatorlik kompaniyalari hisoblanadilar. Xalqaro turizm paketlar komplektatsiyasi, narxlarini hisoblash va turlarni sotish muammolarini tezkor (bir yarim soat vaqt ichida) hal qiladigan kompyuter va telefaks aloqalaridan keng foydalanilmoqda.

*Inklyuziv tur (IT).* Bu tur ma'lum dam olish yoki turizm ko'rinishiga, shuningdek, turistlar yoshi va ijtimoiy sinfiga yo'naltirilgan, oldindan (mijoz bilan aloqaga qadar) rejalashtirilgan xizmatlar to'plamidir. Nisbatan keng tarqalgan inklyuziv turga misol qilib, avtobusda turistlar guruhi bir necha shahar va davlatlar bo'ylab sayohatlarni amalga oshiradigan yo'nalishli turni olishimiz mumkin. Bunday turlarni tayyorlash va o'tkazish xususiyatlari uni buyurtma tur bo'lishiga imkon bermaydi. Bundan tashqari inklyuziv turlarga kruiz turlar, xobbi turlar ham kiradi.

Inklyuziv-turxizmatlar tarkibi sotish paytida o'zgarmaydi. Turist uni to'lagicha sotib olishi mumkin yoki umuman uni rad qilishi ham mumkin.

Inklyuziv-turlar barqaror talab bo'ladigan taniqli yo'nalishlarda, turizm va dam olinadigan taniqli joylarda (masalan, "Klassik Italiya" yoki "Yevropa bo'ylab avtobusda" va boshqalar) tashkil qilinadi va taklif etiladi.

Inklyuziv turlar qiymatining katta qismini, odatda, transport va joylashtirish to'lovlari, kam qismini esa ovqatlantirish to'lovlari tashkil etadi. Qolgan xizmatlar, shu jumladan, ekskursiya xarajatlari tur umumiy qiymatining arzimagan qismini tashkil etadi.

Inklyuziv turlar aynan shu kabi turlar uchun turagentliklarga aviakompaniyalar tomonidan beriladigan maxsus aviatsion tariflarga umid qilish imkoniyatini beradi. Turistik tarif uchun inklyuziv tur Xalqaro havo transporti uyushmasi (IATA) talablariga muvofiq uchtdan kam bo'lmagan xizmatlarni: aviauchish, mehmonxonada joylashtirish (sayohat mobaynida) va dastlabki ikkitasi bilan bog'liq bo'lmagan istalgan xizmat turi (ekskursiya, avtomobil ijarasi va h.k.).

Bunday turlarga talabning o'zgarib turishiga qaramay, ularning keyinchalik rivojlanib ketishi uchun ma'lum ustunliklarga ega:

\* umuman olganda, kompleks sayohat alohida sotib olinadigan xizmatlar to'plamiga nisbatan arzon bo'ladi;

\* qaysi yo'nalishni tanlash bo'yicha mijozga turagentlikning maslahat berishi oson bo'ladi, chunki xizmatlar dasturi va narxlari oldindan ma'lum bo'ladi;

\*mahsulotning o'ziga xos tomonlarni ko'rstish uchun imkoniyat ko'p bo'ladi.

### **Inklyuziv turlar kamchiliklariga quyidagilar kiradi:**

\*mijozni qiziqitmaydigan xizmatlarning mavjudligi;

\*dasturning haddan tashqari to'yintirilganligi;

\*bunday tur reklamasi hamma iste'molchilarni emas, balki ularning ma'lum qismini jalb qiladi xolos.

Buyurtma turlarda turoperator doimo mehmonxonalarda tasdiqlanmagan joylar kvotasini saqlab turishi lozim. Sotish paytida turli xil talablar bo'lishi mumkin. U turli mehmonxonalarda joylashtirilgan turistlar bilan ishlashi mumkin. Turistlarni bitta mehmonxonaga joylashtirish ham qulay, ham ularga xizmat ko'rsatishni yengillashtiradi.

Turizm bozoridagi keyingi o'n yillikda sodir bo'lgan, "konveyer" turmahsulotdan darajalangan turmahsulotga o'tish sifatida xarakterlash mumkin bo'lgan o'zgarishlar tufayli inklyuziv turlarga nisbatan buyurtma turlarning hissasi oshishini sezilarli tendensiyasi kuzatilmoqda. Firmalar doimo xizmatlarni tanlashda maksimum erkinlikka erishadigan turistlar psixologiyasini hisobga olishlari zarur. Bu yana ham inklyuziv turlar, ham buyurtma turlardagi xizmatlar to'plami qisqarishida o'z aksini topmoqda. Bu qisqarishlarga turistik firmalarni ham raqobat kurashi, ham raqobatchilarga qaraganda pastroq narxlar taklifi bilan bozorga chiqishga intilish majbur qilmoqda. Haqiqatda esa kompleks xizmat ko'rsatishdan bir necha xizmatlarning olib tashlanishi hisobiga arzon safarlar illuziyasi yaratilmoqda. Masalan, ko'p firmalar ular taklif qiladigan turlarda faqat IT-tariflarni olish uchun zarur bo'ladigan xizmatlar - uchish, sayohat mobaynida mehmonxonalarga joylashtirish va aeroportdan (vokzaldan) mehmonxonaga va aksincha, yo'nalishda transfer xizmatinigina qoldiradilar. Qolgan zarur xizmatlarni turistlar safar davomida alohida to'lovlar asosida olishlari mumkin.

Yuqorida aytib o'tilganidek, barcha turistik safarlar guruhli yoki individual asosda turist shaxsiyati, uning budjeti, tur xususiyati bilan bog'liq ravishda amalga oshiriladi. **Individual safarlar** (qoida bo'yicha, bu buyurtma turlar) turistga nisbatan mustaqillik va erkinlik beradilar, ammo bu turlar nisbatan qimmat tur hisoblanadi. **Guruhli safarlar** (ko'pincha, inklyuziv-turlar), aksincha, nisbatan arzon va ornmaviy turistlar uchun qulay, ammo bunda har bir guruh qatnashchisi o'raatilgan sayohat tartibiga bo'ysunishi lozim

**Paket tur** (yoki turniket) - bu sayohatda individual yoki guruhli variant bo'yicha ko'rsatiladigan, transport xizmati bilan birga joylashtirish, gid, ovqatlantirish va boshqa xizmatlar kiradigan xizmatlar kompleksi bo'lib, iste'molchilarga ko'p miqdorda taklif etiladi.

### **Turpaketni tashkil etishga ta'sir qiluvchi omillar:**

- mazkur sayohatga talabning mavjudligi;
- moddiy baza, infrastruktura va xizmatlar imkoniyati mavjudligi;
- aviakompaniya va boshqa transport kompaniyalari bilan o'zaro munosabatlar;
- turist yuboradigan va qabul qiladigan mamlakatlar orasidagi munosabatlar;
- hamkor turistik tashkilotlar bilan o'zaro munosabatlar;
- boriladigan mamlakatdagi turizmning rivojlanish darajasi;

▪ boriladigan mamlakatdagi siyosiy barqarorlik. Qayd etish lozimki, siyosiy nobarqarorlik omili turoperator uchun o'z strategiyasini ishlab chiqishda muhim ahamiyatga egadir. Bizga ma'lumki, Gretsiyadagi kurd voqealari, Misrda - Luksordagi terroristik portlashlar natijasida turlarga bo'lgan talab keskin kamayib ketgan. Shu yo'nalishlarga maxsuslashgan turoperatorlar katta miqdorlarda zarar ko'rdilar. Boshqa mamlakatlarga turistlar oqimini yo'naltirishga ulgurgan turoperatorlar moliyaviy munosabatni saqlab qolishga erishdilar, ammo qayd etish lozimki, ahvol barqaror bo'lishi bilan turistlar ushbu mintaqa yana qaytib kela boshlaydilar. Berlindagi turizm bo'yicha Xalqaro birja materiallarida qayd etilishicha, mintaqadagi holat yaxshilanishi bilan yoki u yerda ma'lum ma'noda osoyishtalik boshlansa, ayniqsa, gap issiq iqlimli mamlakatlar va foydali narxlar to'g'risida bo'lsa, turistlar "issiq nuqtalar"dagi xavf to'g'risida unutishga moyildirlar.

*Turpaket narxi.* Turpaket ravnaqiga ta'sir qiluvchi asosiy omil - bu u yoki bu tur bozorga taklif etiladigan narx hisoblanadi. Narxni shakllantirishda eng ko'p egiluvchanlik o'ziga xos yagona turpaketga ega bo'lgan maxsuslashgan turoperatorlar hisoblanadilar. Ular paket narxini asosan xizmatlarni sotib olish xarajatlari boshqa xarajatlarni qoplash hisobi kattaligi va ma'lum miqdordagi foyda foizini qo'shishga qarab aniqlaydilar.

Ommaviy bozor turoperatorlari, ko'pincha, (ayniqsa, turpaketga talab tushayotgan paytda) raqobatchilar narxlariga asoslanadilar.

Turpaket narxini aniqlashlar ekan, turoperatorlar bozor peshqadamlari narxlariga ergashadilar. Yirik turoperatorlar xarajatlarni kamaytiradilar va shu bilan o'z raqiblariga narxni shakllantirishda omadli bo'lish uchun imkoniyat qoldirmaydilar. Nisbatan ko'p foydalaniladigan narx shakllantirish usuli - xarajatlarga yo'naltirilgan, ya'ni tur tannarxi hisoblanadigan va ma'lum foyda foizi qo'shiladigan narx hisoblanadi.

Turpaketga qo'yiladigan foyda foizi 15-30 foizlar atrofida o'zgarib turadi.

Turizmda narxni hisoblashning ba'zi bir xususiyatlarini ham unutmaslik lozim. Masalan, mavsumiy dasturda ma'lum boriladigan joyda "back to back" prinsipi bo'yicha mehmonxonalarda joylashtirish bilan dam olishni o'z ichiga oladigan uzoq muddatli charter reyslari seriyasidan foydalanilsa, xarajatlar belgilangan miqdordagi joylari mavjud bo'lgan belgilangan samolyotda N-miqdor jo'natishlar hamda mavsum boshida va oxirida bitta bo'sh reysni hisobga olishdan kelib chiqib aniqlanadi. Bu mavsumiy charter dasturi uchun to'liq xaraj atlar hisoblanadi. Ular turpaket narxiga kiritiladigan bitta uchish narxi, ya'ni uchishlar miqdoriga bo'linadi.

Biroq narxni hisoblashning xaraj atlar usulida turoperatorlar marketirg ma'lumotlaridan foydalanib, bozordagi o'rtacha narxga asoslanadilar. Bu raqobat va bozorda yashab qolishning zarur instrumentidir.

Turizmda narxlar yilning turli, xarajatlar va foydaning notekis taqsimlangan davrlarida talabning o'zgarishini bildiradi. Narxlar "o'lik mavsum"da pasayadi va foydani hisobga olib haqiqiy mavsum paytida tiklanadi. Bu nisbatan kamroq maxsuslashgan, foydaga erishishda narx belgilashning uncha murakkab bo'lmagan texnikasidan foydalanadigan turoperatorlar orasida ham tarqalgan hodisa hisoblanadi.

Narxni shakllantirish strategiyasi, albatta, rivojlanmoqda, bu ayniqsa, eng ommaviy hisoblangan turistik paketiga tegishlidir. Ularning narxlarini nafaqat turistik xizmatlar bozori holatiga, raqobatchi-operatorlar narxlariga bog'liq, balki boshqa turlar narxlariga ham bog'liqdir.

### 1.5. Sayohatlarni loyihalashtirish

“Turistik-ekskursion xizmat ko'rsatish. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish” 28681.1 -95 GOST iga muvofiq sayohatni loyihalashtirish turistik talablari bilan bu loyihalashtirishni amalga oshiradigan korxona imkoniyatlarining o'zaro muvofiqlashuvini ko'zda tutadi.

Mazkur GOSTda ko'rsatiladiki, loyiha hujjatlari "Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish to'g'risidagi" Qonunga muvofiq turistik hayoti, mulki va sog'lig'ini, atrof-muhitni himoya qilishni ta'minlaydigan xavfsizlik talablarini o'zida mujassamlashtirishi lozim.

Xizmatlarni loyihalashtirish asosi bo'lib verbal model (yoki qisqacha ta'rifi), ya'ni xizmatlar bozorini o'rganish natijasida aniqlangan, buyurtmachi bilan kelishilgan va xizmatlarini bajaruvchi inTkoniyauarini hisobga oladigan talablar to'plamidir.

Xizmatlar tavsifi tegishli xizmatlar turiga to'lgan davlat standarti talablaridan past bo'lmasligi lozim. Loyihaga xizmatlar xavfsizligini ta'minlash bo'yicha, xizmatlar iste'molchilari va ularning mulklari, xizmat ko'rsatuvchi personallar, atrof-muhit uchun xavfni minimallashtirish bo'yicha aniq talablarni qo'shish kerak.

**Turistlarga istalgan xizmat ko'rsatish turiga bo'lgan talablarni aks ettiradigan hujjatlarda quyidagilar bo'lishi lozim:**

- turistlarga xizmat ko'rsatish usullari, shakllari va jarayonlarning tasvirlanishi;
- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonlari tavsifnomalari
- foydalaniladigan jihoz (uskuna)larning qabul qilish qobiliyati va miqdori, turga talablar;
- personallarning zarur miqdori va ularning professional tayyorgariik darajasi;
- xizmat ko'rsatishning shartnoma ta'minoti;
- turistlarga xizmat ko'rsatish kafolatlari;
- rekreatsion resurslar egalari, sanitariya-epidemiologiya nazorati organlari. Yong'in xavfsizligi nazorati va boshqa tashkilotlar bilan kelishilganlik.

Turistlarga xizmat ko'rsatishning aniq talablari amaldagi me'yoriy hujjatlardagidan past bo'lmasligi lozim.

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonlarini loyihalashtirish xizmatlar ko'rsatilishining alohida bosqichlari bo'yicha amalga oshiriladi va ularning har biriga texnologik kartalar tuziladi. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish natijasi texnologik hujjatlar (texnologik xaritalar, instruksiyalar, qoidalar, reglament va h.k.) hisoblanadi.

"Turistik sayohat" xizmatini loyihalashtirish ikki bosqichni ko'zda tutadi:

1) "turistik sayohat xizmatiga kiradigan har bir xizmatni turistlarga xizmat ko'rsatish dasturiga muvofiq ravishda loyihalashtirish.

2) "turistik sayohat" xizmatini bir butun holda loyihalashtirish Turist talabiga binoan xizmatlarni loyihalashtirishda xizmatlarni bajaruvchi korxona imkoniyatlarini hisobga olish lozim.

"Turistik sayohat" xizmatining qisqacha ta'rihi aholining talablari va to'lov qobiliyatini, turistik sayohatlarga bo'lgan talabini, shuningdek, ma'lum regionning rekreatsion resurslari imkoniyatlarini o'rganish asosida tuziladi. U turistlarga xizmat ko'rsatish dasturi loyihasida yanada aniqlashtiriladi. Xizmat ko'rsatish dasturini ishlab chiqishda quyidagilar aniqlanadi:

- \* sayohat yo'nalishi;
- \* xizmatlarni bajaruvchi turistik korxonalar ro'yxati;
- \* har bir xizmatni bajaruvchi korxonani;
- \* ekskursiyalar va diqqatga sazovor obyektlar tarkibi;
- \* turistik safarlar, sayrlar ro'yxati;
- \* hordiq chiqarish tadbirlari kompleksi;
- \* yo'nalishning har bir punktida bo'lish davomiyligi;
- \* sayohatga chiqadigan turistlar soni;
- \* ichki tashuvlar uchun transport turlari;
- \* gidlar, ekskursovodlar, xorijiy vakillar, instruktorlar, tarjimonlar va boshqalarga, shuningdek, ularni tayyorlashga bo'lgan ehtiyoj;
- \* transport vositalarining zarur soni;
- \* turistik yo'llanmalarining ma'lumot varaqalari uchun sayohatni tasvirlash shakli, reklama va ma'lumot materiallarini tayyorlash tartibi, ularning soni va h.k.

Turistik xizmatlarga umumiy talablar "Turistik-ekskursion xizmat ko'rsatish. Turistik xizmatlar. Umumiy talablar" 28681.2-95-GOSTda keltirilgan bo'lib, majburiy va tavsiya qilinadigan talablarga bo'linadi.

**Majburiy** - turistlar hayoti va salomatligining xavfsizligi, ular mulkarining saqlanishi va atrof-muhitning himoya qilinishi.

**Tavsiya qilinadigan** - belgilanishiga muvofiqligi, bajarilishining aniq va o'z vaqtida bo'lishi, komplekslilik, xizmat ko'rsatuvchi personallarning axloqliligi, qulaylik, estetiklik, ergonomligi.

Ko'rsatiladigan turistik xizmatlar iste'molchilar uchun qo'limcha qulayliklar, qiziqarlilik va xizmatlarni nufuzlilikini nazarda tutadigan talablarga mos kelishi lozim. GOSTda bu talablar tavsiya qilinadigan qilib belgilanganiga qaramay, haqiqatda ular bajarishga majburiy hisoblanadilar.

Quyida bu talablarga izoh keltirib o'tilgan.

**Belgilanishiga muvofiqligi.** Turistik xizmatlar, ular mo'ljallangan iste'molchilarning jismoniy imkoniyatlari va kutishlariga muvofiq kelishi.

Bajarilishning aniq va o'z vaqtida bo'lishi. Iste'molchilarga ko'rsatiladigan turistik xizmatlar hajmi, muddati va sharoitlari bo'yicha yo'llanmada, chipta yoki kvitansiyadagi talablarga mos kelishi lozim.

**Komplekslilik.** Turistik xizmatlarni ko'rsatish nafaqat asosiy xizmatlarni, balki iste'molchilar hayoti ta'minotining normal sharoitlarini yaratadigan qo'shimcha xizmatlarni ham olish imkoniyatini ta'minlashi lozim.

**Xizmat ko'rsatuvchi personallarning axloqliligi.** Xizmat ko'rsatuvchi personal o'zini tutishning etika me'yorlariga rioya qilishi lozim. Iste'molchiga personallarning muloyimligi, yaxshi munosabati, kommunikabelliligi kafolatlangan bo'lishi kerak.

**Qulaylik.** Turistik xizmatlar iste'molchilar uchun yaratilgan qulay sharoitlarda ko'rsatilishi lozim.

**Estetiklik.** Turistik korxona hududi, binolarning badiiy yechimi, yo'nalish keng ko'lamda tashkil etilishi, xizmat ko'rsatuvchi binolar interyerini bezatilishining kompozitsion uyg'unligi va arxitekturaviy yaxlitligi talablariga muvofiq bo'lishi lozim. Xizmat ko'rsatuvchi personallarning tashqi ko'rinishi va nutq madaniyati estetikasi talablariga javob berishi kerak.

**Ergonomikligi.** Xizmat ko'rsatish davomiyligi, turistik va ekskursion yo'nalishlarning davomiyligi va murakkablik darajasi, turistlarga beriladigan jihozlar va narsalar, foydalaniladigan transport vositalari mebel hamda boshqa jihozlar turistlarning jismoniy- psixologik imkoniyalariga mos kelishi lozim.

Turizm xizmatlarni loyihalashtirishda, albatta, turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini nazorat qilish usullari ko'zda tutilgan bo'lishi kerak.

Sifatni nazorat qilishni loyihalashtirish o'z ichiga quyidagilarni oladi:

\*xizmat ko'rsatish jarayonida xizmatlar tasnifiga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan muhim jihatlarni aniqlash;

\*xizmatlar tasniflarini to'g'rilash usullarini aniqlash;

\* nazorat qilinadigan tasnifarni baholash usullarini aniqlash.

Nazorat qilish usullari: vizual (yo'nalish va obyektlarni ko'rib chiqish); analitik (hujjatlarni tahlil qilish); ijtimoiy (turistlar va personallar orasida so'rovlar o'tkazish) va boshqalar bo'lishi mumkin.

Xizmatlarni loyihalashtirishning oxirgi bosqichi loyihadagi nomutanosibliklarni aniqlash va o'z vaqtida oldini olishga qaratilgan tahlil hisoblanadi. U turistik korxonalarining tegishli funksional bo'limlari vakillari tomonidan amalga oshiriladi.

Turistik xizmatlar va turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonlarini loyihalashtirish hujjatlarini turistik korxona rahbari buyurtmachi bilan kelishgan holda tasdiqlaydi. Loyiharni o'zgartirishga faqatgina buyurtmachi bilan kelishilgan holda, asosli holatlardagina yo'l qo'yiladi va turistik korxona rahbari tomonidan tasdiqlanadi.

## 1.6. Xizmat ko'rsatish dasturi

**Xizmat ko'rsatish dasturi** - bu oldindan to'langan va turni o'tkazish vaqti bo'yicha taqsimlangan, turistlarga ularning talablari va tur tematikasiga muvofiq ko'rsatiladigan xizmatlar to'plamidir.

Xizmat ko'rsatish dasturini tuzishda, odatda, quyidagi yondashuv qo'llaniladi:

Turoperator va turagent o'rtasida shartnoma tuzilayotganda xizmat ko'rsatish dasturi ham tuziladi. Va aniq xizmat ko'rsatish kunlariga taqsimlashlarsiz xizmatlar to'plami ko'rinishidagi dasturni tomonlar tasdiqlaydilar. Bu esa avvaldan muzeylar ishlash kunini, ekskursiyalar o'tkazish sanasini, turistlarni qiziqtiradigan spektakllar qo'yiladigan kunni aniqlash qiyinligi bilan izohlanadi.

**Xizmat ko'rsatish dasturi:**

**1- kun:** Turistlar guruhi Toshkentga keladi. Aeroportda gid va avtobus bilan kutib olish. Tushlik. Toshkent bo'ylab ekskursiya. Kechki ovqat.

**2- kun:** Nonushta. Toshkent bo'ylab ekskursiya. Tushlik.

Samarqandga yo'l olinadi. "Afrosiyob" mehmonxonasida joylashtiriladi.

Kechki ovqat.

**3- kun:** Nonushta. Shaharbo'ylab ekskursiya. Tushlik. Buxoroga yo'l olinadi. "Yangi Buxoro" mehmonxonasiga joylashtiriladi. Kechki ovqat.

**4-kun:**Nonushta.

Buxoro bo'ylab ekskursiya.

Ekskursiya davrida yo'l bo'yidagi restoranda tushlik.

Ekskursiya davom ettiriladi. Urganchga yo'l olinadi. "Xorazm Palace" mehmonxonasida joylashtiriladi.

**5- kun:** Nonushta. Xiva bo'ylab ekskursiya. Tushlik. Ekskursiya davom ettiriladi. Kechki ovqat. Konsert.

**6- kun:** Nonushta. Xorazmning eski shaharchalari bo'ylab ekskursiya. Tushlik.

Shu kuni tushlikdan keyin avtobusda aeroportga kuzatib qo'yiladi (mazkur dastur turistiarning kelish va ketish reyslarini hisobga olib tuziladi.).

Turni tayyorlash turistlarga, ularning xizmatlar ko'rsatish texnologiyasi va tur tarkibiga, xizmat ko'rsatish darajasiga bo'lgan talablariga muvofiq xizmat ko'rsatishdir.

Xizmat ko'rsatish darajasi turistik xizmat tashkil etuvchilari - yashash, ovqatlantirish, ekskursiya, transport xizmatlari darajasiga, shuningdek, sayohat maqsadlariga aniq mos kelishiga bog'liqdir.

Tashkil qilish texnologiyasi va turni o'tkazish butun xizmat ko'rsatish dasturining shakllanishi va kundalik ekskursiya-dam olish tadbirlarini tuzishga kompleks yondashuvdan iborat bo'lgan xizmat ko'rsatish optimalligi bilan aniqlanadi.

**Optimal xizmatko'rsatish dasturi** bu-xizmatlar tarkibi va mazmuni, ularning miqdori va ko'rsatilishi tartibi nuqtai nazaridan xizmat ko'rsatish tematikasi hamda mijozlar ehtiyojlarini hisobga oladigan dasturdir.

Turlar dasturini tuzishda nafaqat xizmat ko'rsatish qulayligining ma'lum darajasini, balki xizmat ko'rsatish dasturlarining sayohat maqsadlarigamos kelishini ham hisobga olish zarur. Tarixiy yodgorliklarni qurishga kelgan

turistlarga baydarka yoki kanoeda sayrni taklif etish kerak emas. Agar ish turi aniqlangan bo'lsa, u holda, ekskursion dasturlar ham ish odamlari manfaatlariga yo'naltirilgan bo'lishi kerak.

Aniq xizmat ko'rsatish dasturini tuzishda jo'natuvchi firma orqali turistlarning istaklari aniqlab olinadi. Bu yerda faqat talabni o'rganish emas, balki ekskursiya dasturiga kirmaydigan u yoki bu obyektga aniq borish istagi aniqlanadi.

Turistlargaxizmat ko'rsatish texnologiyasida gumon bilan ishlaydigan, o'zining qatnashishi bilan xizmat ko'rsatish sifatiga javob beradigan odam - gid malakasi katta rol o'ynaydi. Gid yuqori malakaga ega bo'lishidan tashqari tur dasturi bo'yicha to'liq ma'lumotga ega bo'lishi va zaruriyat bo'lganda bir xizmat turini boshqasiga almashtira olishi lozim.

Ish turlarini tashkil qilishda turistlarni, albatta, bir kishilik nomerlar beriladigan yuqori klassli mehmonxonalarda joylashishini ta'minlashimiz lozim. Shuningdek, mehmonxonada yoki unga yaqin joyda joylashgan, uchrashuvlar, muzokaralar va boshqa tadbirlar uchun mo'ljallangan zallarni ijaraga olishni ham unutmaslik kerak. Aloqa xizmatlari, bank bo'limlari ham ish maqsadida sayohat qiluvchi turistlar uchun muhim ahamiyatga ega.

Ish turlarini tashkil qilish texnologiyasi xizmat ko'rsatish dasturida hisobga olingan ish, uchrashuv va muzokaralarni olib borish uchun bo'sh vaqt ajratilishini ta'minlaydi. Muzeylarga borish bilan bog'liq bo'lmagan ekskursiyalar boshqa kunga o'tkazilishi mumkin.

Kongress turlarini tashkil qilishda quyidagilarni nazarda tutish zarur

- \* orgtexnika, nusxa olish texnikalari bilan ta'minlash;
- \* yig'ilishlar o'tkazish uchun bino mavjudligi;
- \* papkalar, nishonlar, taklifnomalar tayyorlash va ularni tarqatish;
- \* banketlar, qabullar, kokteyl-soatlar, press-konferensiyalar o'tkazish;
- \* kotibiyat ishi.

Yana avtolransport xizmaini ham ta'minlash lozim: ekskursiyalar uchun avtobus, ish safarlari uchun avtomobillar bilan ta'minlash.

Folklor bayramlar, milliy kollektivlar konsertiga tashrif buyurishda turistlarning bu tadbirlarda qatnashishlari yanada qiziqarliroq bo'ladi. Bunda foto-video xizmatlarni taklif etish ham maqsadga muvofiqdir.

### **1.7. Xizmatlar yetkazib beruvchilar**

Turistlarga xizmat ko'rsatishda sayohat mobaynida ko'pgina turli korxona va tashkilotlar ishtirok etadilar. Ularga joylashtirish vositalarini taklif etadigan korxonalar (mehmonxonalar, turbazalar), ovqatlantirish korxonalari (restoran, kafe, oshxona), ekskursiya xizmatlarini yetkazib beruvchi firmalar, transport kompaniyalari va korxonalari, shou, kino, videdi va boshqa shunga o'xshash korxonalar, sport korxonalari va inshootlari, rekreatsion korxonalar, maishiy firmalar, savdo boshqa tashkilotlar kirishi mumkin. Turistlarga kompleks xizmat

ko'rsatishda qatnashadigan barcha korxonavatashkilotlarni **amaliyotda xizmatlar yetkazib beruvchilar** deb atash qabul qilingan.

Turmahsulot harakatida va uni tashkil qilishda turoperator muhim o'rinni egallasa-da, turistlarga xizmat ko'rsatishdaxizmatlar yetkazib beruvchilarni ham unutmaslik kerak. Pirovardida, turistlar bilan kontakt xizmat ko'rsarish darajasida yuz beradi, ya'ni tuming turist tomonidan sifatli mahsulot sifatida qabul qilinishi ko'p jihatdan ko'rsatiladigan har bir alohid axizmat sifatiga bog'liq. Shuning uchun tur dasturlarini tuzishda xizmatlar yetkazib beruvchilarga katta ahamiyat beriladi.

Xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan ishlashda quyidagilar zarurdir:

- \* hamkor tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar sifatiga jiddiy yondashuv shuningdek, xizmatlar yetkazib beruvchi firmaning turizm bozoridagi boshqa hamkorlar orasidagi mavqeini hisobga ofish;

- \* ma'lum tur yo'naltirilgan turizm ko'rinishi va iste'molchilarning ijtimoiy sigmentiga transport, ovqatlantirish, joylashtirish xizmatlarining mos kelishiga rioya etish;

- \* hamkorlik bo'yicha barcha hujjatlarning tuzilishiga e'tiborli va malakali yondashuv, chunkibu keyinchalik firma obro'siga ta'sir qilishi mumkin. Chunki mijoz oldida barcha hamkorlaringiz uchun siz javobgar bo'lasiz va bu jihatlar ichki shartnoma hujjatlarida ko'rib chiqilgan bo'lishi lozim.

Potensial hamkorlarni izlash shundan iboratki, u yoki bu mamlakatda ro'yxatga olingan ko'p sonli turistik firmalardan siz bilan hamkorlik qilish istagini bildirganlarini tanlash lozimva ular turistlarga xizmat ko'rsatishda sizning manfaatlaringiz va talablaringizga mos kelishi zarur. Ularni izlash uchun turli spravochniklardan, Internet va boshqa aloqa vositalaridan foydalanish mumkin. Maxsus ko'rgazma va yarmarkalar mobaynida xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan munosabatlarni o'rnatish an'anaviy hisoblanadi. Ko'rsatiladiganxizmatlarningharbiribo'yichaerigyaxshi imkoniyatlarnigina tanlash zarur. Mehmonxona va transport xizmatini ko'rsatish bo'yicha hamkor tanlanar ekan, faqat bitta hamkor bilan ishlash qiyinligini unutmaslik kerak. Sayohat va dam olish regionida bir necha mehmonxona va tashuvchilarning mayjudligi ularni tanlash imkoniyatimizni kengaytiradi, noxush hollarda o'rinbosar xizmatlar vazifasini ham bajaradi. Bu boshqa xizmat yetkazib beruvchilarga ham tegishlidir.

Amaliyotda turistik firma turli mijozlar bilan ishlaydi, shuning uchun firma

turli darajadagi xizmatlarnitaklif eta olish imkoniyatiga egabo'lishi lozim. Firma oldidagi eng asosiy masala - ma'lum mijozlarga taklif etilayotgan xizmatlarning kompleks mos kelishidir.

Asosiy xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan ishlashda, odatda, joylar kvotasi aniqlanadi, ammo turli darajadagi bandlik kafolatlari bilan o'zaro hamkorlikda, masalan, transport kompaniyalari bilan, ko'p firmalar ichki va xalqaro liniyalarga chiptalarni sotish huquqini olishga intiladilar. Kelishilgan tatimga muvofiq turistik firmalar aviakompaniyalar bilan agentlik bitimlari asosida chiptalarni sotishlari mumkin, shuningdek, transport vositasini ijaraga (boshqa turistik firmalar bilan hamkorlikda qisman yoki to'liq) olishlari ham mumkin.

Bundan tashqari turistik firmalar uchun mehmonxonalar bilan o'zaro munosabatlar ham katta ahamiyatga ega, chunki mehmonxonalar bilan 30-80% bandlikni ta'minlash kafolati bilan joylar kvotasi haqida, bandlikni

ta'minlash kafolatisiz joylar kvotasi haqida amalga oshira olish haqida, joriy bron qilish to'g'risida shartnomalar tuziladi.

Yuqorida keltirilgan texnologik aspektlardan tashqari xizmatlar yetkazib beruvchilarni tanlashda hamkoming ish staji va tajribasiga, uning huquqiy holati va muvaffaqiyatlariga, litsenziyasi mavjudligi va ko'rsatiladigan xizmatlar darajasiga, tariflari, chegirma va imtiyozlari, mijozlari mavjudligi va ularning tarkibiga e'tibor berishimiz lozim. Ularning boshqa turoperatorlar bilan hamkorlik aloqalari va hamkorlikning davomligi bilan ham qiziqib ko'rishimiz kerak.

O'zbek qonunchiligi va xalqaro turizm huquqi turizm faoliyati tashkilotchilari zimmasiga turda belgilangan barcha xizmatlarning (bu xizmatlarning kim tomonidan ko'rsatilishidan qat'iy nazar) ko'rsatilishi bilan bog'liq jiddiy javobgarlikni yukladi.

Retseptiv (turistlarni qabul qiluvchi) turoperator turistlar oldida turpaketga kiritilgan va qo'shimcha ko'rsatiladigan barcha xizmatlar uchun mas'uldir. Bundan tashqari, Initsiativ (turistlarni jo'natadigan) turoperator turistlar oldida nafaqat barcha asosiy xizmatlar uchun, balki uning turistlarga xizmat ko'rsatish bo'yicha shartnoma tuzilgan rasmiy hamkori (qabul qilish bo'yicha Retseptiv turoperator) tomonidan ko'rsatiladigan qo'shimcha xizmatlar uchun ham mas'uldir. Initsiativ turoperator qabul qiladigan hamkor ko'rsatadigan barcha qo'shimcha barcha xizmatlar nomenklaturasi, tarkibi va sifati bo'yicha to'liq ma'lumotga ega bo'lishi kerak, mavsum boshlanishidan oldin shaxsan o'zi tekshirishi va turni sotayotganda turistlarga ma'lumot berishi lozim. Bundan tashqari, Initsiativ va Retseptiv turoperator orasidagi hamkorlik shartnomasida qabul qiluvchi tomonning aybi bilan u ko'rsatadigan xizmatlar doirasida mijozlar hayoti, sog'lig'i mulkiga yetkazilgan zarar bo'yicha javobgarlikni belgilab beradigan band nazarda tutilishi kerak. Shuning uchun xizmatlari yetkazib beruvchilarni tanlashga juda mas'uliyat bilan yondashish zarur.

### **1.8. Sayohatni rejalashtirish. Kelishuv rejasi**

Yangi joylarga turlar tashkil qilish qarorini qabul qilishdan oldin turistik firmalar marketing izlanishlarini olib borishlari lozim. Mijozlar ehtiyojlari, qiziqishlarini, talab tendensiyasini aniqlash zarur. Bu iste'molchi talablarini nisbatan to'liqroq qondiradigan turpaketni shakllantirishga yordam beradi. Bu izlanishlar yana turlarni to'g'ri rejalashtirishni to'g'ri olib borish va xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan shartnoma kompaniyalarini olib borishga yordam beradi.

Tayyorgarlik ishlari yangi yo'nalish, yangi dastur bo'yicha yoki yangi mamlakatga birinchi turistlar jo'natilishidan ikki yil oldin va undan ko'proq ham oldin boshlanadi.

Xizmatlar yetkazib beruvchi hamkorlar bilan munosabatlar shartnoma ko'rinishida rasmiylashtiriladi. Har bir faoliyat yilida shartnoma kompaniyalari o'tkazilib, unda shartnomalar imzolandi. Shartnoma kompaniyasi oldidan quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oluvchi shartnoma reja tuziladi:

- hamkor nomi.

- shartnomaning asosiy predmeti;
- shartnomaning amal qilish muddati;
- shartnomalarni tuzish muddatlari;
- alohida ma'lumotlar.

Bu reja real tasvirga - sayohat jarayonida xizmatlar bilan ta'minlash bo'yicha turistik firma xodimlarining faoliyat sxemasini tuzishga imkon beradi. Shartnoma rejasi tarkibi sayohat ko'rinishi va ko'rsatiladigan xizmatlarga bog'liq. Bir necha tur ko'rinishlari bo'lsa, dastlab har bir tur bo'yicha kichik rejalar tuziladi keyin shartnomalar tuzish muddatlari yoki geografik prinsiplar bo'yicha hamkorlar guruhlanadigan umumiy reja tuziladi. Shartnoma rejasini tuzishdan oldin taxminiy hamkorlarni aniq tasavvur qila olishimiz, shuningdek muzokaralar chog'ida shartnoma tuzishga ham tayyor bo'lishimiz lozim.

Turistik firmalar shartnoma kompaniyasini istiqbolini ishlab chiqishda turistik-mehmonxona yo'nalishidagi ma'lumot spravochniklaridan keng foydalanadilar. Xalqaro turistik tashkilotlar tomonidan chop etiladigan turistik agentliklar, mehmonxona-restoran biznesi spravochniklari turistlarga ko'rsatiladigan dam olish va sayohatni tashkil qilish, joylashtirish va mehmonxona xizmatlari to'g'risdagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Shuningdek, muntazam ravishda chop etiladigan milliy, mahalliy va korporativ spravochniklar ham xuddi shunday ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Yo'l ko'rsatkichlar, yo'nalishlar, tarixiy obyektlar spravochniklari, mahalliy sanalar kalendarlari, ya'ni xizmat ko'rsatish dasturlari va turlarni tuzishda foydalaniladigan hammanarsalar turoperatorlar yangi yo'nalishini ishlab chiqishda va shartnoma rejasini tuzishda qo'llanadigan adabiyotlar hisoblanadi.

### 1.9. Xizmat yetkazib beruvchilar bilan muzokaralar

Xizmat yetkazib beruvchilar bilan shartnoma imzolashdan avval muzokaralar olib boriladi. Ularni shunday o'tkazish kerakki, natijada, kutilgan, zarur bo'lgan, yaxshi, sifatli, kerakii miqdordagi va kutilgan narxlardagi turmahsulotga ega bo'laylik.

Hamkorlar bilan muzokaralarga batafsil tayyorgarlik ko'rish kerak. Quyidagilarni tahlil qilishimiz lozim:

**1. Muzokara sharoitlari** - hamkordan sizga aynan nima kerak? Qanday hajmda? Qaysi davrga? Hamkordan siz qo'shimcha ravishda nimani xohlaysiz? Undagi, bozordagi mahsulot va xizmatlar narxi darajasi qanday? Talablar ajratiladimi yoki yo'q?

Masalan, avvaldan buyurtma qilingan yoki tasdiqlangan mavjud grafik bo'yichayil davomida, har hafta, muntazam ravishda 4 kunga keladigan turistlar guruhini (30 kishi) joylashtirish lozim. Joylashtirish, transport, sport va ko'ngil ochish xizmatlari zarur bo'ladi. Narx o'rtacha bozor narxidan ulgurji sotib olishga beriladigan 10% chegirma olib tashlanganiga teng bo'lishi kerak. Turistik klass uchun xizmat ko'rsatish va joylashtirish darajasi ajratilmaydi. Turistlar guruhi tarkibi o'rta sinf kategoriyasi turistlari.

**2. Mumkin bo'lgan qarorlarni amalga oshirish yo'llari** - Kim nimani va qaysi muddatlarda bajarayotganini aniq bilish zarur. Qanday qilib qaror qilishning bir bosqichi boshqasiga o'tadi? Shartnoma tuzish vositalari qanday tayyorgarlik bosqichida turibdi? Shartnoma loyihasi va turistlarning kelish grafiklarini kim tayyorlaydi? Qo'shimcha xizmatlar bo'yicha masalalar qanday kelishiladi? Ularni shartnomaga darhol qo'shish kerakmi yoki yo'qmi? Shartlar shartnoma matniga qo'shiladi, muzokaralar davomida esa ular yo qoldiriladi yoki olib tashlanadi.

**3. Muzokaralar bo'yicha sizning hamkoringiz "Portreti"** - hamkor maqsadlari sizning maqsadlaringizdan qanchalik farq qiladi? Hamkor strategiyasi qanday parametrlarga (muddatlar, xizmat ko'rsatish darajasi, xizmatlar to'plami) asoslanadi?

Ushbu tavsiyanomalarni qo'llab turib, muzokaralar boshlanishidan avval uni olib borish rejasi tuzib olish lozim. Bu sizning zaif tomonlaringizni aniqlash va qo'shimcha yechimlarni topishga yordam beradi. Muzokaralarni olib borish rejasi sizga hamkorlar munosabatini oldindan bilish imkonini beradi va oldindan alternativ taklif va qarorlar tayyorlashga yordam beradi.

Istalgan muzokaralarda nafaqat strategik yondashuv, balki psixologik tayyorgarlik ham zarur bo'ladi. Siz muzokaralarga tayyoriandingiz va natijada, turistlarga xizmat ko'rsatishda xizmat yetkazib beruvchilar bilan shartnoma tuzildi. Strategik reja tayyor. Ammo siz psixologik tomondan buntayyorni siz ko'pincha muzokaralarni o'g'irlamoqchi bo'lganligi bilan buziladi. Buning oldini olish maqsadida mutaxassislar muzokaralarni olib borish va muloqot uyushtirishning psixologik qoidalarini ishlab chiqdilar.

### **1.10. Turistik hujjatlar bilan ishlash**

Turoperator tomonidan yaratilgan turistik mahsulot uning firmadagi majburiy uslubiy to'linotini ko'zda tutadi. Ushbu ta'minot turistlarga ko'rsatiladigan turning o'zini, uni ishlab chiqish jarayonlarid va xizmatlarini to'liqligicha bayon qiladigan maxsus texnologik hujjatlarni tayyorlash ko'rinishida amalga oshiriladi. Bu firma xodimlarining aniq, tezkor va moslashuvchanlashi, shuningdek, tur tarkibini, uning bajarilishini doimiy ravishda nazoratda ushlab turish imkoniyati va uning takomillashtirilishi ustida ishlalishi uchun zarur bo'ladi. Turlarning texnologik hujjatlari tarkibi va mazmuni o'zbekiston Respublikasining me'yoriy hujjatlarida ko'zda tutilgan. Turlar va ularning texnologik hujjatlari iste'molchilar huquqlarini himoya qilishga qaratilgan me'yoriy talablarga javob berishi kerak. Ular turmahsulotlar sertifikatlashtirish o'tkazish jarayonida nazoratga olinadilar. Texnologik hujjatlar turlar (yoki yo'nalishlar) papkasiga jamlanadi.

Har bir tur uchun texnologik hujjatlar to'plamiga quyidagilar, albatta, kiritiladi:

\* yo'nalish bo'yicha turistik sayohatning texnologik kartasi;

\* ma'lum davrda turistik korxonaning turistlar guruhlar bilan ta'minlanganlik grafigi;

- turistik sayohat yo'llanmasigama'lumot varaqasi;
- bron qilish varaqasi;

- mijoz-turagentlarbilansharnomalarblanklari;
- xizmatlar yetkazib beruvchi-hamkorlar bilan sharnomalar;
- tur qiymati kalkulyatsiyasi yoki hisobi;
- yo'nalish tasvirlanishi;
- yo'nalish bo'yicha harakatlanish grafigi;
- yo'nalish karta-sxemasi;
- yo'l ma'lumoti matni (avtobus turlari uchun);
- turning texnologik jihatlarini tasvirlanishi (talabnomalar berish muddatlari haqida eslatma, transport, chiptalar, ekskursiyalar buyurtmasi, joylashtirish va ovqatlantirish korxonalarida bron qilish, talabnomalar blanki, yo'nalish bo'yicha transport harakati grafigi, kutilishi mumkin bo'lganboshqatransportga almashishlar, kutishlar);
- turistlar uchun eslatmalar matni;
- yo'nalish bo'yicha ma'lumot materiallari;
- reklama prospektlari va bukletlar variantlari;
- prays-listlar (kataloglar).

Avtobus turlarida "yo'l varaqalari" deb ataladigan maxsus hujjat to'ldiriladi. Turistik sayohatning texnologik kartasi - bu ishlash uchun zarur bo'ladigan tur haqida (ilovada) aniq va lo'nda ma'lumot beradigan hujjatdir.

### **Yo'nalish bo'yicha turistik korxonalar ta'minlanganligi grafigi**

turistik korxonalarning yo'nalish bo'yicha real ta'minlanganligini aks ettiradi hamda uni kuzatib borish va nazorat qilish imkonini beradi.

**Turistik sayohatlar yo'llanmalariga ma'lumot varaqasi** turistlar uchun mo'ljallangan yo'nalish bo'yicha majburiy va qo'shimcha bo'limlarga ega bo'ladi va turistik yo'llanmayoki vaucherning ajralmas ilovasi hisoblanadi.

Ma'lumot varaqasi quyidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi:

\*turistik sayohatturi va tipi, sayohatda xizmat ko'rsatish dasturining asosiy mazmuni, yo'nalishning davomiyligi va masofasi, uning piyoda yuriladigan qismi, safarda kategoriyasi va boshqa o'ziga xos tomonlari ko'rsatiladi;

\*sayohat trassasi bayoni - kelish punktlari, bo'lish davomiyligi va har bir xizmat ko'rsatiladigan punktda joylashtirish shartlari;

\*sayohat rayoni, turning har bir punktidagi xizmat ko'rsatish dasturining qisqa bayoni;

\*qo'shimcha haq to'lash evaziga ko'rsatiladigan xizmatlar ro'yxati;

\*sport inshootlari, avtomobil to'xtash joylari, yo'lovchi yo'llari, suv, attraksionlar, bolalar o'yinlari maydonchalari, kutubxona, kinozallarning mavjudligi va qisqacha tasnifi;

\*turistik sayohat boshlanadigan turistik korxona manzili va unga yetib borish.

Qo'shimcha ma'lumotlar ro'yxatiga tur xususiyatlariga tegishli ma'lumotlar kiradi:

- \*yosh cheklashlari, bolali ota-onalarni qabul qilish, oilalar haqida ma'lumot;
- \*safarli turistik sayohatlar uchun maxsus ma'lumotlar;
- \*aniq tur yoki yo'nalish xususiyatlaridan kelib chiqadigan boshqa ma'lumot va tavsiyalar.
- \*Turistik Vaucher

MDH davlat-qatnashchilarining Parlamentlararo Assambleyasining "MDH davlat-qatnashchilarining turizm sohasidagi hamkorlarining asosiy prinsiplari haqidagi tavsiya qiluvchi qonuniy akt to'g'risidagi" Qarorida shunday deyiladi: "Turistik vaucher- turistik tashkilot tomonidan berilgan turistik xizmatlar yetkazib beruvchilari va iste'molchilari o'rtasidagi shartnoma shakli hisoblangan va ularning puli to'langanligini tasdiqlovchi individual yoki guruhli hujjatdir." o'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonunida shunday ta'kidlanadi: "turistik yo'llanma (vaucher) - turist yoki turistik guruhning tur tarkibiga kiradigan turistik xizmatlarga bo'lgan huquqlarini belgilovchi va ularning ko'rsatilishini tasdiqlovchi hujjatdir. Turistik yo'llanma(vaucher) shakli davlatning turizm bo'yicha vakolatli organi tomonidan tasdiqlanadi".

Vaucherlarni qo'llash tartibi qanday. Birinchi navbatda, vaucher kompleks xizmat ko'rsatilishini, shuningdek, turistlarga xizmat ko'rsatishda pul o'tkazishyo'li bilan olinadigan qo'shimchaxizmatlar ko'rsatilishini tasdiqlovchi turistik hujjat hisoblanadi.

Vaucher qat'iy hisobot blanki hisoblanib, quyidagi rekvizitlarga ega:

- qabul qilishpunkti nomi (shahar, mehmonxona);
- guruhxabarnomasi nomeri (kodi);
- mamlakat, odamlar soni, turist yoki guruh rahbari familiyasi;
- yetib kelishi, jo'nalish ketishi sanasi va tur/kunlar miqdori;
- xizmatlar ro'yxati;
- xizmatlar sotilgan summa (xorijiy yoki milliy valutada);
- turni sotgan tashkilot nomi;
- shartnomani ushlab turuvchi tashkilot nomi;
- vaucherni berish sanasi;
- mazkur vaucher nimaning hisobiga berilgan (xorijiy firma nomi va vauchernomeri);
- eslatma (to'lov haqida qayd vaboshqa ma'lumotlar);
- vaucherlar sotilishi uchun mas'ul shaxs imzosi;
- vaucherni sotgan tashkilot muhri.

Vaucher nusxada to'ldiriladi, ulardan bittasi qolinadigan punktda joylashish chog'ida ko'rsatish uchun turistik guruh rahbari yoki individual turistga beriladi; ikkinchisi vaucherni bergan tashkilot buxgalteriyasiga beriladi va turistlarga xizmat ko'rsatishda qatnashgan korxonalar bilan o'zaro hisob-kitoblarni ta'minlash uchun xizmat qiladi; uchinchisi (koreshok) vaucher rasmiylashtirilgan joyda moddiy-mas'ul shaxsda nazorat va axborot uchun qoladi.

Blankka barcha zarur rekvizitlar aniq va to'g'ri to'ldiriladi va unga tuzatishlar kiritish mumkin emas. Xatosi bor vaucher haqiqiy emas deb hisoblanishi va bekor qilinishi mumkin (ammo tashlab yuborilmay, vaucherlar kitobiga tikib qo'yiladi).

Vaucherlarni mehmonxonalar, turbazalar, kempinglar, agentliklar, tijorat xizmatlarining xizmat ko'rsatish byurolari xodimlari yozib beradilar. Bunda ular, keyingi pul-hisob operatsiyalarini o'tkazish uchun, albatta, tegishli tashkilot va korxonalarning muhrlari bilan tasdiqlanishi kerak.

Vaucher quyidagi hollarda qo'llaniladi:

- xorijiy turfirma yoki tashkilotlar vaucherlarini almashtirishda (unda korxonalar tomonidan turistlarga ko'rsatiladigan kompleks xizmatlarning umumiy qiymati ko'rsatilgan bo'ladi);

- agar valuta o'z vaqtida yoki oldindan qandaydir sabablarga ko'ra ko'chirilishi mumkin bo'lmasa, xorijiy fuqarolar yoki O'zbekiston turistlariga kompleks xizmat ko'rsatishni sotishda;

- boshqa xizmat ko'rsatish punktlarida bevosita vaucherlar bo'yicha ko'rsatiladigan qo'shimcha xizmatlarni sotishda;

- birinchi xizmat ko'rsatish punkti darasmiylashtirish imkoni bo'lmasa, yo'nalish bo'yicha alohida shaharlar orasida yo'l hujjatlarini rasmiylashtirish uchun qo'llaniladi.

Turistik xizmat ko'rsatishda vaucher va boshq hujjatlarning bajarilishi bo'yicha hisobot qilish tartibi to'g'risida batafsil to'xtalib o'tamiz. Xorijiy turistlar tomonidan mehmonxona majmui va korxonalarga tuzilgan shartnoma yoki bitimga muvofiq turistik xizmatlarni sotib olganligini tasdiqlovchi xorijiy firmalar vaucherlari ko'rsatilganda, ularga tegishli korxonalarda belgilangan xizmatlarni olish huquqini beradigan o'zbekiston Respublikasi vaucherlari beriladi.

Xorijiy firmalarning respublikamiz vaucherlariga almashtirilgan vaucherlari o'zaro hisob-kitoblarni ta'minlash uchun maxsus hisobotlarda tizimlashtiriladi.

Ular asosida xizmat ko'rsatilgan barcha hujjatlar klasslari bo'yicha guruhlangan va har bir klass bo'yicha natijaviy ma'lumotlar chiqarilgan holda hisobotga alohida kiritilgan bo'lishi lozim. Bunda har bir vaucher rekvizitlari hisobotda alohida qatorda aniq-ravshan qayd qilinadi. "Eslatma" grafasida xizmat ko'rsatilgan guruhlar mamlakat yoki individual turist familiyasi ko'rsatiladi.

Ishlatilgan vaucherlar rekvizitlari kiritilganidan keyin har bir grafa bo'yicha natijalar hisoblanadi. To'lovlar olish yoki turistik hujjatlar bajarilganligi haqidagi hisobot asosida o'zaro hisob-kitoblarni amalga oshirish uchun 3 nusxada "Xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatilgani uchun" hisobi rasmiylashtiriladi. Ulardan ikki nusxasi hisobot va xizmat ko'rsatilganini tasdiqlovchi hujjatlar bilan to'lovchiga yuboriladi.

Vaucher qiymatiga turning ma'lum joylashtirish punktlarida sotilgan xizmatlar qiymati qismi kiradi. Tur bo'yicha xizmatlar narxi xorijiy va milliy valutada shartnomalar bo'yicha hisob-kitob qilinadi.

Yo'nalish bo'yicha vaucherlar qiymati summasi tur narxini tashkil qiladi. Bunda guruhli va individual turlardan olinadigan komission yig'imlar shartnomani ushlab turuvchi yoki birinchi qabul qiluvchi punkt vaucheriga

qo'shiladi. Komission yig'im miqdori xorijiy hamkorlar va respublikamizning turistik korxonalari orasida ikki tomonlama shartnomalar bilan aniqlanadi.

Turni sotib olish uchun **mijoz bilan shartnoma** oldi-sotdi haqidagi uslubiy shartnoma asosida va mustaqil tuziladi.

Shartnoma tuzishda quyidagi shartlarga rioya qilish lozim:

\*turoperator haqida ma'lumot, (turizm faoliyati bilan shug'ullanish huquqini beruvchi litsenziya ma'lumotlari bilan birga) korxona huquqiy manzili va bank rekvizitlari malumotlari;

- turmahsulot sotish uchun, turist to'g'risida asosiy ma'lumotlar;
- qabul qiluvchi turoperator haqida ma'lumot (litsenziyasi, huquqiy manzili, bank rekvizitlari va aloqa telefonlari);

\*turmahsulotning iste'mol xususiyatlari, yetib kelish dasturi va sayohat yo'nalishi, turistlar xavfsizligi sharoitlari va turmahsulot sertifikatlashi, sayohatning boshlanish va tugash vaqti hamda muddatlari, uning davomiyligi to'g'risida ma'lumot;

\*turistlarni kutib olish, kuzatish va birga bo'lish tartibi;

\*tomonlar huquqlari, majburiyat va mas'uliyatlari;

\*turmahsulotning chakana bahosi va uni to'lash tartibi;

\*guruhda turistlarning minimal soni;

\*turistga guruh yig'ilmaganligi sababli sayohat amalga oshmasligini bildirish muddati;

\*shartnomaning o'zgartirilishi va bekor qilinishi shartlari, shu orqali yuzaga keladigan bahslarni tartibga solish va tomonlar zararlarini qoplash tartibi;

\*turistlarning e'tiroz bildirish tartibi va muddatlari (turmahsulot sifatiga e'tirozlar turistlar tomonidan turoperator yoki turagentga shartnoma amal qilish muddati tugaganidan so'ng 20 kun mobaynida yozma shaklda bildiriladi( va e'tiroz olingandan keyin 10 kun davomida javob berilishi lozim).

Shartnomaning boshqa shartlari tomonlarning kelishuvi orqali aniqlanadi.

Tur kalkulyatsiyasi yoki hisobi 6-ildan o'tkazilgan usul bo'yicha hisoblanishi mumkin. Bunda tur qiymatini hisoblash har bir alohida xizmatlar narxlari va me'yori bilan belgilangan foyda foizini (u odatda turoperator uchun tannarxining 10-15% ni tashkil etadi) qo'shish orqali aniqlanadi.

Yo'nalish bayoni menejerlar va yo'nalish supervayzerlari, gidlar ishining qulay bo'lishi, shuningdek, turagent bilan shartnomaga ilova qilish, yo'llanma ma'lumot varaqasi matniga qo'shish uchun tuziladi.

Yo'nalish bo'yicha harakat qilish grafigi har bir punktga yetib kelish va undan jo'natilish vaqti hamda sanasi ko'rsatilgan holda jadval shaklida tuziladi.

Turning texnologik jihatlari bayoni - transport, chiptalar, muzeylarga ekskursiyalar, mehmonxonada joy bron qilish, ovqatlanirish uchun talabnoma berish, shuningdek, viza va sug'urtani rasmiylashtirish qoidalari va muddatlari, transportni almashtirishlar, kutishlar, qabulda gidlar yoki xorijiy vakillarning faoliyati kabilari haqidagi

eslatma hisoblanadi. Ish qulay bo'lishi uchun sanab o'tilgan xizmatlarga maxsus blanklar tayyorlanadi. Bularning hammasi mazkur turni o'tkazishni nazorat qiladigan personaUarning tezkor ishlashi uchun zarurdir.

Zarur hollarda masalan, maxsuslashtirilgan turlami tashkil qilganda yoki turistlami epidemik mamlakatlarga yuborilayotgan hollarda turistlar uchun eslatma matnlari alohida tuziladi. Xavfli infeksiyalar mavjud bo'lishi mumkin mamlakatlarga yuborilayotgan har bir turistga turoperator imzosi va turfirma muhri bilan tasdiqlangan individual eslatma berish zarur. Turistlarda bunday eslatmalarning mavjud bo'lishi bojxona nazoratida majburiy tartibda teksbiriladi.

***Yo'nalish bo'yicha ma'lumot materiallari*** - bular turli spravochniklar, bukletlar, transport harakati, muzeylar ishjadvali, ularga borish yo'llari, mehmonxonalar manzillari va tur xususiyatlarini yoritadigan boshqa materiallar.

**Reldama prospektlari va bukletlari** turistlarni sayohatlar bo'yicha turoperator imkoniyatlari bilan tanishtirish, malumot berish va reklamasi uchun mo'ljallangandir.

**Prays-Listlar.** Har bir turoperatorlik kompaniyasi uchun prays-list eng ahamiyatli ish hujjatlaridan biri hisoblanadi. Turagentlar bilan hamkorlikning muvaffaqiyatliligi undagi ma'lumotlarning qanchalik lo'nda va to'g'ri keltirilganiga ko'p tomondan bog'liqdir. Prays-listlar varaqalar, buklet va kataloglar shaklida bo'lishi mumkin. Har qanday holda ham bu turli turistik xizmatlar narxlari to'g'risida malumot hisoblanadi.

Varaqalarda ma'lumotlar qisqacha beriladi, turpaketlar narxlari esa faqat qisqa muddat uchun ko'rsatiladi. Ba'zi hollarda - bu turfirmalarning bir yoki bir necha sayohat uchun berilgan maxsus takliflari bo'ladi.

Bukletlar nisbatan hajmli bo'lgani uchun, nafaqat taklif etilayotgan turlarning mavsumiy narxlarining to'liq ro'yxatini, balki tavsiya va tushuntirish xarakteriga ega bo'lgan qo'shimcha ma'lumotlar: turni rasmiylashtirish uchun zarur bo'ladigan hujjatlar ro'yxati, viza va bronni rasmiylashtirish qoidalari, aviatashuvlarjadvali, narxlar ma'lumotlari, avtomobil ijarasi shartlari va mehmonxonalar xususiyatlari haqidagi ma'lumotlarni ham o'z ichiga oladi.

Barcha texnologik huijatlar "tur papka"siga yoki "yo'nalish papka"siga mazkur joyda turoperatorning uzluksiz ishlashini ta'minlash va turmahsulot "o'zgaruvchanligi" prinsipiga rioya qilish, ya'ni qandaydir sabablarbilan yo'nalish menejeri bo'lmagan holda firmaning har bir xodimi osonlik va malakali ravishdauni o'rnini bosa olishiuchun to'planadi.

### **1.11. Pasport va viza ko'magi**

Bozorda turizm faoliyatining ikki shakli – Initsiativ va Retseptiv faoliyatlar mavjud bo'lib, pasport-viza rasmiyatchiligi tartibi faoliyat turiga qarab bir-biridan farq qiladi.

Viza ko'magi qoidalarini ikkala holatda ham navbat bilan ko'rib chiqamiz.

Agar Initsiativ turoperator turistlami jo'natish bilan shug'ullansa, u holda sayohatga yoki dam olishga boradigan fuqarolarga vizalarni rasmiylashtirish quyidagicha amalga oshiriladi:

Dastawal - **pasport**. *Pasport - O'zbekiston Respublikasi fuqarosi shaxsini tasdiqlovchi asosiy hujjat hisoblanadi.*

Xorijiy fuqarolar va fuqaroligi bo'lmagan shaxslar O'zbekiston Respublikasi xalqaro shartnomalarida belgilangan shartlarga muvofiq, o'zbekiston Respublikasi chegaralaridan shaxsini tasdiqlovchi va o'zbekiston Respublikasi tomonidan shu sifatda tan olingan hujjatlar asosida o'tadilar.

**Vizalar.** Turistlar almashinuvi sohasidagi xalqaro forumlarning barcha asosiy hujjatlarida xorijiy turistlarga kirish vizasini berish jarayonlarini soddalashtirish talab etilishi qayd qilinadi. Bugungi kunda mamlakatimiz fuqarolari ko'p davlatlarga borishdan avval viza olishlari lozim, vizani rasmiylashtirish jarayoni qator bosqichlardan iborat.

**Turistik viza** - bu pasportda xorijiy davlatlarning diplomatik vakolatxonalari tomonidan beriladigan, pasport egasiga unga viza bergan mamlakat hududiga turizm va dam olish maqsadida vaqtinchalik kirish huquqini beruvchi qaydnoma hisoblanadi. Mamlakatga tashrif buyurish uchun vizalar *taklifnomalar* asosida beriladi.

Taklifnomalarni quyidagilarga ajratish mumkin:

- xizmat yoki ish yuzasidan (xorijiy tashkilotdan - o'zbekiston tashkilotiga);
- xususiy (xorijiyfuqarodan- o'zbekistonfuqarosiga);
- mehmon (xorijga uzoq muddatga xizmat safariga yuborilgan o'zbek fuqarosidan - o'z hamyurtiga);
- turistik (dam olish, davolanish, qisqa muddatli o'qish va boshqa maqsadlardagi safarlarga).

Taklifnoma turiga qarab ish yuzasidan, xususiy, turistik, tranzit, ishchi kabi vizalar beriladi:

Ish yuzasidan beriladigan viza (biznes-viza) boriladigan davlat tashkilotining ma'lum xodimiga, maqsadlari va chet elda bo'lish muddatlari ko'rsatilgan holda, taklifnoma asosida beriladi.

**Xususiy viza** xususiy shaxs tomonidan boshqa davlat xususiy shaxsiga taklifnomasini rasmiylashtirish asosida beriladi. Taklifnoma mahalliy hokimiyat organlarida rasmiylashtiriladi.

**Turistik viza** taklifnoma, vaucher, turistik yo'llanmada ko'rsatilgan niuddatga seminar, sport va boshqa tadbirlarda qatnashish uchun beriladi. Turistik safarlar, qoida bo'yicha, qisqa muddatga mo'ljallangan bo'ladi va shuning uchun bu yerda ko'p marotabali viza berilmaydi.

**Tranzit viza** viza oluvchiga boradigan mamlakatiga uchinchi davlat orqali borish huquqini beradi. Tranzit viza uchinchi mamlakat elchixonasi tomonidan asosiy viza olinganidan keyin belgilangan soatlar miqdoriga beriladi. Masalan, fuqaro poyezdda uchinchi davlat orqali Avstriyaga yo'l olgaa Avstriya vizasi olinganidan keyin tranzit viza olish uchun uchinchi mamlakat elchixonasiga hujjatlar topshiriladi.

**Ish** vizasi xorijda ishga yo'llanish huquqini beradi. Bunday vizani olish uchun taklif qiladigan tomon bo'lajak ishchi bilan shartnoma tuzadi, mahalliy immigratsiya xizmatida hamma jihatlarni kelishib oladi, hukumat roziligini olib, barcha hujjatlar paketini bo'lajak xodimga yuboradi. Fuqaro bu hujjatlar bilan ish vizasini olish uchun elchixonaga murojaat qiladi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Xorijiy fuqarolar va fuqaroligi bo'lmagan shaxslarning o'zbekiston Respublikasiga kelishi, chiqishi, bo'lishvatranzit o'tishi tartibi to'g'risida"gi Qarorigamuvofiq, Tashqi ishlar vazirligiga davlat idoralari, huquqiy vaxususiy shaxslarning takliflari bo'yicha keladigan xorijiy fuqarolarga belgilangan tartibda kirish vizalarini rasmiylashtirish topshirilgan. Nizomlarga muvofiq, huquqiy shaxs o'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligiga viza ko'magini ko'rsatish haqida rasmiy iltimosnoma topshirganidan keyingina xorijiy fuqarolarga taklifnoma yubora oladi.

O'zbekiston Respublikasi hududida xorijiy fuqarolar uchun yagona viza amal qiladi. Xorijiy fuqarolar vizalarni o'zbek konsulligidan shaxsan yoki hamkorlik qilish mumkin bo'lgan turistik firmalar, shuningdek, aeroportda bevosita TIV vakolatxonasi orqali olishadi. Viza olish uchun quyidagi summalar to'lanadi: 7 kungacha - 40 AQSH dollari, 7 kundan 15 kungacha - 50 AQSH dollari, guruh uchun (15 kishidan ko'p) 15 kungacha - har bir turistga 15 AQSH dollari.

Vizalar turistlar tomonidan tanlangan yo'nalish va mamlakatda bo'lish muddatiga qarab beriladi.

Respublika hududidan avtotransport yoki temiryo'l orqali, tranzit o'tadigan xorijiy turisdar bir sutkadan ortiq muddatga berilmaydigan tranzit vizalarni olishlari lozim. Agar turist samolyot orqali tranzit o'tadigan bo'lsa, tranzit vizatalab qilinmaydi. Bu yo'lovchilar o'zbekiston orqali, aeroportga yetib kelishganidan keyin 24 soat ichida uchib ketish muddati ko'rsatilgan, "o'zbekiston havo yo'llari" MAK tomonidan tasdiqlangan aviachipta mavjud bo'lganholda o'tishlari mumkin.

Turagentliklar o'zlari ham xorijiy konsullik xizmatlari bilan ish munosabatlarini yo'lga qo'yishlari, vizalarni rasmiylashtirishda shug'ullanuvchi vositachi korxonalardan foydalanishlari murnkin, biroq, bu tur narxi qimmatlashishiga olib keladi, chunki vositachilik xizmatlari uchun qo'shimchahaqto'lashgato'g'ri keladi.

*Turistik viza berish* tasdiqlangan muddatlarda kelishilgan yo'nalish bo'yicha qabulni ta'minlaydigan qabul qiluvchi tomon turistik firmasining rasmiy iltimosi bo'yicha amalga oshiriladi.

Turfirmalar vizalarni ikki shartli guruhlargabo'ladilar: sotib olinadigan va ruxsat beriladigan vizalar.

1. Sotib olinadigan vizalarni olish uchun kerakli hujjatlarni yig'ish va badal to'lash kifoyadir. Bunday vizalar avtomatik tarzda rasmiylashtiriladi. Bu kabi vizalar bo'yicha qabul qiladigan mamlakatlarga Janubiy-sharqiy Osiyo mamlakatlari kiradi. Bu davlatlarga viza olish jarayonlari yetarlicha oson bo'lib, turistik firmalardan qo'shimcha kuch talab qilmaydi.

2. Ruxsat beriladigan vizalar Shengen uyushmasi davlatlari, Buyuk Britaniya, AQSH kabi mamlakatlar uchun rasmiylashtiriladi. Bu davlatlar elchixonalariga talab etiladigan barcha hujjatlarning topshirilishi viza berilishini kafolatlamaydi. Bu mamlakatlar elchixonalari tomonidan qo'yiladigan talablar - mebmoxona bron qilinganligi haqida tasdiqnoma yoki qaytish uchun chiptalarning mavjudligi hisoblanadi. Ko'pincha, fuqarolarni elchixonaga suhbatdan o'tkazishuchun ham chaqirishadi.

Vizani rasmiylashtirishga bir necha kundan bir necha oygacha vaqt ketishi mumkin. Ko'pgina vizalarda chegarani kesib o'tish punkti ham ko'rsatiladi. Vizani rasmiylashtirish uchun konsullik yig'imi turli davlatlarda

turlicha bo'lib, uning miqdori doimo o'zgarib turadi. Ko'p hollarda konsullik yig'imi qiymati xorij safari qiymatining 20-30 foizini tashkil qiladi, bu esa BTT tavsiyalariga mos kelmaydi.

Viza olish uchun bir yoki bir necha anketalar to'ldiriladi va unga fotosurat biriktiriladi. Viza anketalari blanklari turli davlatlardaturlichadir. Ularning shakli hamda mazmuni safar maqsadi va davomiyligigabog'liq. 1.2 rasmda xorij vizasini olish uchun turist anketasi ma'lumotlari strukturasi keltirilgan.

Qator mamlakatlar anketasida mamlakatga kirishda tibbiy ma'lumotnoma zarurligi qayd qilingan. Anketalar talab qilingan til va tartibda to'ldiriladi. Ayrim davlatlarda bolalar ismi nafaqat pasportga, balki vizaga ham yozib qo'yiladi.

Turistik guruhlar va ish safarlari uchun turistlar yoki ish odamlari ro'yxatiga qo'yiladigan guruhli viza ham rasmiylashtirilishi mumkin.

Xorij kirish-chiqish vizalari tashkil qilinayotgan tur sanalari bilan qat'iy mos keladigan holda beriladi. Shuning uchun turistlarga xorij vizalari qo'yilgan pasportlarini berishdan oldin turagentlik vizaning amal qilish muddati bilan tuming boshlanish va tugashi vaqtining mosligini, albatta, tekshirib olishi kerak. Agar sanalar to'g'ri kelmasa, tur boshlangunga qadar bu muammoni hal qilish kerak. Hatto, viza rejimidagi arzimagan kamchilik turistning xorij aeroportidagi tranzit zalida qolishiga yoki qaytarilib yuborilishiga sabab bo'lishi ham mumkin. Va bu bilan bog'liq barcha xarajatlar turagentlik zimmasiga tushishi mumkin.

Turagentlik barcha turistlarni xorijiy vizaning tugash muddati turning tugash muddati bilan bir xil ekanligi haqida ogohlantirishi lozim. Shu sababli kimdir tur tugaganidan keyin o'sha mamlakatdagi qarindoshlarinikida qolish yoki shunchaki o'z hisobidan mehmonxonada yashash istagida bo'lsa, viza muddatini avvaldan uzaytirib olishi lozim. Qator mamlakatlarda (masalan, Misr, Livan, Nepal, Namibiya, BAA, Suriya, Turkiya) kirish vizalarini kelish punktlarida ham olish mumkin.

Turagentlik turistni unga viza berishining yoki uning muddatini uzaytirishning rad etilishi uchun hech qanday javobgarlikka ega emasligi haqida ogohlantirishi lozim. Bu holda turist ko'radiganzarar, agar sug'urta shartnomasida belgilangan bo'lsa, sug'urta kompaniyasi tomonidan qoplanadi.

1996 yil 26 martda Yevropada Shengen bitimi kuchga kirdi. U uyushmaning davlat-qatnashchilari vakillari uchrashuvi o'tkazilgan Lyuksemburgdagijoynomibilanatalgan. Shengenbitimiga: Germaniya, Belgiya, Niderlandiya, Lyuksemburg, Fransiya, Ispaniya, Portugaliya, Italiya, Gretsiya, Shvetsiya, Avstriya, Daniya, Finlandiya, Norvegiya va Islandiya davlatlari kiradi. Ba'zi davlatlar (Shveysariya kabi) Shengen bitimiga qo'shilishmasalasini ko'rib chiqmoqdalar. Buyuk Britaniya va Irlandiya muhim pozitsiyani egalladilar va vizasiz kenglik tarkibiga qo'shilmadilar.

Agar turist bir necha Yevropa davlatlariga bormoqchi bo'lsa, Shengen bitimiga muvofiq, bitimga kiruvchi mamlakatiarning biriga viza oladi va qolgan davlatlar hududlarida ham vizasiz harakat qilishi mumkin. Bunda viza birinchi boriladigan davlat elchixonasidan olinishi lozim.

Bitim qatnashchi-davlatlaridan birining elchixonasidan berilgan **Shengen vizasi** Shengen kengligida viza muddati mobaynida nafaqat o'sha mamlakat hududida, balki boshqa qatnashchi-davlatlar bo'ylab ham safar qilishim mumkin. Uyushmaning tranzit mamlakati vizalarini rasmiylashtirishning hojati yo'q.

Bunda vizadagi "kirishlar soni" qatoriga e'tibor berish lozim. Agar sizning vizangizda "ko'p marotabalik" yozuvi bo'lsa, siz viza muddati mobaynida Shengen bitimi mamlakatlariga bir necha marta tashrif buyurishingiz mumkin. Agar "I" raqamiturgan bo'lsa, sizga viza bergan mamlakatga faqat bir marta borishingiz mumkin.

Shengen vizasining ikki xil turi mavjud:

**1. Qisqa muddatli viza** Shengen mamlakatlariga 1 kundan 90 kungacha muddatga beriladi. U yarim yil mobaynida shu mamlakatlar hududida hech qanday to'liqsiz harakatlanish huquqini beradi, ammo ushbu mamlakatlarda bo'lish vaqtlari yig'indisi uch oydan oshmasligi lozim.

**2. Bir yilga beriladigan viza** bilan bir yil davomida Shengen bitimi mamlakatlariga elchixonaga qayta murojaat qilmasdan ko'p marta kelish imkonini beradi.

Uzoq muddatli kirish vizalari milliy hisoblanadi. Qisqa muddatli yagona Yevropa vizasi, ko'pincha, hujjatlar topshirilganidan keyin 15-40 kungacha va 10 EKYU (hozirda yevro) to'lash evaziga beriladi. Bunaqa vizalar bir necha himoya darajalariga ega. Ularda odatdagi vizadan farqli o'laroq yuqoridan ikkinchi qatarga "Shengen mamlakatlari" yozuvi bo'lishi kerak. Agar yozuv bo'lmasa, demak qo'lingizda oddiy milliy viza turgan bo'ladi.

126 mamlakat turistlari bunday vizalardan foydalanishlari mumkin. Shengen vizasi hamkor, tanish yoki qarindosh taklifnomasi asosida beriladi.

Agar safaringizning ko'p qismini bir mamlakatda o'tkazishni istasangiz, o'sha davlatning elchixonasiga murojaat qilishingiz lozim.

Agar sizda uch kun muddatga xususiy taklifnoma boisa, u holda faqat bitta davlatga kirish uchun viza beriladi.

Yana shuni bilish lozimki, agar Shengen guruhi mamlakatlaridan birida qonun buzilsa va u mamlakatdan chiqarib yuborilsa, unga Shengen mamlakatlarining barchasiga kirish ta'qiqlanadi. Strasburgda hamma ma'lumotlar yig'iladigan kompyuter markazi mavjud. Agarturist "qora ro'yxat"ga tushib qolsa, to uni shu ro'yxatga kiritgan mamlakat ta'qiqni olib tashlamaguncha unga hech bir mamlakat viza bermaydi.

Elchixonalar bilan ishlash turistik firmalar faoliyatining noxush tomonlaridan biri hisoblanadi. Viza muammolari, odatda, eng tig'iz paytlarda, konsullik bo'limi xodimlari turistlar oqimini boshqara olmay qolishganda yuzaga keladi. Kutilmagan qiyinchiliklar yuzaga kelganda turistik agentliklar Xususiy turistik tashkilotlari uyushmasiga (XTTU) murojaat qilishlari mumkin.

Xalqaro ekspertlar ta'kidlashlaricha, talabnomalar ixtiyoriy ravishda bajarilmasdan qoldirilsa, haddan ortiq haq olinsa va rasmiylashtirish jarayoni juda uzoq davom etsa barcha hujjatlar bilan bog'liq talablar turizm rivojlanishi yo'lida to'siq bo'lishi mumkin. Hozirda O'zbekistonda AQSH va bir qator Yevropa davlatlariga turistik viza olish juda ham qiyin. Pasport va viza olish jarayonlarining murakkablashuvi mamlakatda turistlar

oqimining 25-30 foizga kamayishiga sabab bo'ladi. Vizasiz rejim esa, aksincha, turistlar oqimining oshishiga yordam beradi.

Chet elga chiqishga ruxsat olishda u yoki bu odamlarga to'siq bo'ladigan ba'zi cheklashlar mavjud. Bunday cheklashlarga ma'lum kishining muddati o'tmagan jinoiy javobgarligi yoki jinoiy qidiruvda bo'lganligi misol bo'la oladi. Turist anketadagi ma'lumotlarni buzib yoki noaniq to'ldirganda ham viza berilmaydi. Bunday kamchiliklarni aniqlaydigan jarayonlar ham mavjud, masalan, konsullik yoki migratsiya xizmati xodimi bilan suhbatda bo'lish. Viza berish quyidagi hollarda rad qilinishi mumkin:

- mamlakatda yashash uchun zarur mablag'i bo'lmagani;
- taklimot, turistik vaucher yo'qligi;
- turistning mamlakatda qolishi va o'z yurtiga qaytmasligi mumkinligi haqida gumon mavjudligi;
- turistning anketada ko'rsatilgan maqsadlardan boshqa maqsadlarda chetga chiqishi haqida ma'lumot mavjudligi (noqonuniy mehnat faoliyati, shpionaj, diversiyaterrorizm);

- jinsi: masalan, ba'zi arab davlatlariga, xususan Birlashgan Arab Amirliklari, Baxrayn, Saudiya Arabistoniga 35 yoshgacha bo'lgan turmushga chiqmagan ayollar kirishi ta'qiqlanadi, chunki mahalliy xokimiyatda ayollar fohishalik bilan shug'ullanishlari mumkinligi gumoni mavjud, bundan tashqari er-xotinlarning familiyalari boshqa - boshqa bo'lsa ham viza berish rad etilishiga sabab bo'lishi mumkin;

Viza olishdan tashqari ba'zi davlatlarda pasport olish jarayonlari ham murakkablashtirilgan. Deylik, turkman fuqarolariga boshqa mamlakatlarga borish huquqini beruvchi xorijiy pasport olishlari uchun 150 AQSH dollari to'lashlari lozim. Qozog'iston va Tojikistonda esa mamlakat tashqarisiga chiqish uchun ruxsat olish jarayonlaridan voz kechildi, O'zbekistonda o'zbek chegaralarini kesib o'tish uchun O'zbekiston militsiya bo'linmalarida har ikki yilda chetga chiqish qaydnomasini uzaytirib olish zarur.

O'zbekiston Konstitutsiyasining 28 bandida qayd qilinganidek: "o'zbekiston Respublikasi fuqarosi, qonun bilan o'rnatilgan cheklashlardan tashqari, respublika hududi bo'ylab erkin harakat qilishi, O'zbekistonga kirish va uni tark etish huquqiga ega". Shu huquqdan kelib chiqib inson o'z safarlarini tartibga solishi mumkin. O'zbekiston hududlaridan tashqariga chiqishga ruxsat olish uchun fuqarolar quyidagi hujjatlarni topshirishlari lozim:

- amaldagi milliy pasport;
- to'rtta rangli rasm 3x5;
- 14 yoshgacha bolalar uchun ikkitadan rangli rasm, agar turist ularni o'zi bilan sayohatga olib chiqadigan bo'lsa;
- erting (xotinning) bolalarni chet elga olib chiqish uchun notarial tasdiqlangan ruxsatnomasi;
- barcha qoidalarga asoslangan holda, shuningdek, ishlaydiganlar uchun - kadrlar bo'limi tomonidan, ishlaymaydiganlar va nafaqadagilar uchun mahalla qo'mitasi tomonidan tasdiqlangan mehnat faoliyati to'g'risida to'ldirilgan anketa;
- boj to'langanligi haqida bank kvitansiyasi.

Ruxsat beruvchi viza quyidagi hollarda rad etilishi mumkin:

- davlat sirlaridan voqif bo'lish huquqi mavjudligida;
- sudlanganlik;
- sud jarayonlari (jinoiy tergov) o'tkazilayotganligi sababli;
- turistning harbiy chaqiriq yoshidaligi.

Chet elga chiqmoqchi bo'lgan o'zbek fuqarolari vizani qanday qilib oladilar? Masalan, O'zbekiston fuqarosi Vyetnamga borishi uchun O'zbekistondagi Vyetnam elchixonasi uni quyida keltirilgan ikki variantlardan biri bo'yicha rozilik asosida beradi: Birinchisi, turist o'zining amaldagi pasporti bilan o'z istagini bildirish uchun diplomatik idoraga murojaat qilishi va blank-anketani to'ldirishi kerak. Turistlar iltimosi va to'ldirilgan blank-anketa asosida elchixona Vyetnam IIVga rasmiy iltimosnoma bilan chiqadi. Turistlar viza berilishi yoki uning rad etilishi to'g'risidagi xabami anketa to'ldirilganidan keyin 15 ish kuni mobaynida olishlari mumkin. Ikkinchisi, turistlar to'g'ridan to'g'ri Vyetnamning vakolatli turistik kompaniyalarining biriga viza ko'magini olish uchun murojaat qiladi. o'z navbatida, turistik kompaniya Vyetnam IIVga rasmiy ruxsat so'rab murojaat qiladi. Birinchi variant turistlar uchun qulaydir, ammo ikkinchi variant bo'yicha javobni tezroq olish mumkin. Viza ko'magini olishganidan keyin turistlar shaxsan o'zlari yoki ishonchli shaxs orqali elchixonaga murojaat qilishlari zarur.

Chexiya Respublikasi vizasini olish uchun o'zbek fuqarolari bir necha talablarni bajarishlari shart: birinchidan, chiqish vizasi bo'lgan pasportga ega bo'lishlari kerak. Agar tashrif buyuruvchi Chexiyada 90 kungacha qolishni mo'ljallagan bo'lsa, u holda uning pasporti amal qilish muddati Chexiyaga, qolinadigan kunlar soni 30 kungacha bo'lsa, kiradigan kunida kamida 120 kunni, agar 30 kundan ko'p muddatga qoladigan bo'lsa - kamida 270 kunni tashkil qilishi lozim. Ikkinchidan, Chexiyada bo'lishning moliyaviy ta'minoti to'g'risida hujjatlarni ko'rsatishi lozim. Ya'ni, davlat chegarasidan o'tayotganida turist yonida uning ehtiyojlariga yetarli summa bo'lishi kerak. Turist yonida bo'lishi kerak bo'lgan minimal summa kuniga 1065 krona(bu 30 AQSH dollari atrofida) – agar 30kungacha qoladigan bo'lsa, agar 30 kundan ortiq muddatga boradigan bo'lsa, to'liq muddat uchun 31950 kronani (900 AQSH dollari) tashkil qilishi zarur.

O'zbekiston Respublikasi hududida xorijiy fuqarolar uchun yagona viza amal qiladi. Xorijiy fuqarolar vizalarni o'zbek konsulligidan shaxsan yoki hamkorlik qilishi mumkin bo'lgan turistik firmalardan, shuningdek, aeroportda bevosita TIV vakolatxonasi orqali olishadi. Viza olish uchun quyidagi summalar to'lanadi: 7 kungacha - 40 AQSH dollari, 7 kundan 15 kungacha - 50 AQSH dollari, guruh uchun (15 kishidan ko'p) 15 kungacha - har bir turistga 15 AQSH dollari.

Respublika hududidan avtotransport yoki temir yo'l orqali tranzit o'tadigan xorijiy turistlar bir sutkadan ortiq muddatga berilmaydigan tranzit vizalarini olishlari lozim. Agar turist samolyot orqali tranzit o'tadigan bo'lsa tranzit viza talab qilinmaydi. Bu yo'lovchilar O'zbekiston orqali, aeroportga yetib kelishganidan so'ng 24 soat ichida uchib ketish sanasi ko'rsatilgan, "O'zbekiston havo yo'llari" MAK tomonidan tasdiqlangan aviachipta mavjud bo'lgan holda o'tishlari mumkin.

## XULOSA

Turoperator va turagent o'rtasidagi asosiy farqlar:

Daromad tizimi bo'yicha:

Turoperator ba'zi turistik xizmatlarni sotib oladi. Uning foydasi sotib olish va sotish narxlari farqidan shakllanadi. Ko'pincha, turoperator alohida xizmatlarni sotib oladi va keyin o'zining narx mexanizmi orqali turmahsulot kompleksini shakllantiradi.

Turagent esa chakana savdo bilan shug'ullanib, uning foydasi boshqalarning turmahsulotlarini sotganligi uchun oladigan komissionlardan tashkil topadi. Turagent turmahsulotlarni turoperator yoki xizmatlar ishlab chiqaruvchilarning real narxlarida sotadi.

Individual turlar turistga ko'proq erkinlik va mustaqillik sharoitini yaratib beradi, ammo bunda tur nisbatan qimmatroq bo'ladi, chunki turist yo'nalish ichidagi transport xizmati, gid xizmati kabilarga haqni alohida, to'liq to'laydi, guruhli turlarda esa bu xarajatlar guruhdagi turistlar soniga teng bo'lib to'lanadi. Aynan shuning uchun individual turlar ommaviy turistlar uchun doimo ma'qul kelmaydi.

Mutaxassislar tomonidan turmahsulotning bir necha asosiy iste'mol xususiyatlari e'tirof etilgan:

- o'zaro bog'liqlik, ya'ni ko'rsatiladigan barcha xizmatlar turistlar talablariga asoslangan yo'ldosh sharoitlari va sayohat maqsadlari bilan o'zaro bog'liq bo'lishi lozim;
- ishonchlilik - mahsulot real tarkibidir reklamaga mosligi, ma'lumotlarning to'g'riligi;
- samaradorlik - turist tomonidan kam xarajat evaziga yuqori samaradorlikka erishish;
- yaxlitlik - mahsulotning turist talablarini to'raligicha qondira olish qobiliyati;
- aniqlik - mahsulotning iste'mol qilinishi, uning yo'naltirilganligi ham turistga ham xizmat ko'rsatuvchi personalga tushunarli bo'lish lozim;

- foydalanish osonligi;
- moslashuvchanlik - mahsulot va xizmat ko'rsatish tizimining iste'molchilarning boshqa tiplariga moslasha olish qobiliyati va xizmat ko'rsatish personali o'zgarishiga nota'sirchan bo'lish;
- foydalilik – bir yoki bir necha maqsadlarga xizmat qila olish qobiliyati (masalan, dam olish va bilish), turistning u yoki bu talablarini qondira olishi.

Xizmatlar paketi (turpaket) - bu turoperator tomonidan ishlab chiqilgan, tashish, joylashtirish, ovqatlantirish, ekskursiyalar kabi ma'lum xizmatlar to'plamidan iborat turmahsulot hisoblanadi. Xizmatlar paketi tanlangan turistik dam olish ko'rinishi bo'yicha turistlar talablari va sayohat maqsadlariga bog'liq ravishda shakllantiriladi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. X.I. Axmedov, A.A. Allaberganov "Turizm faoliyatini tashkil etish". Toshkent "O'zbekiston faylasuflar milliy jamiyati" - 2004
2. Isomiddin Erboyev "Umumiy ovqatlanish va xizmat madaniyati" - Toshkent - 2004
3. A.A. Allaberganov "Turizm industriyasi". Toshkent - "Talqin" - 2004
4. F. Komilova "Turizm marketingi". Toshkent "Uzinkomsentr" - 2003
5. Qarajanova G.T. Bekboyev B.S. "Turizm tarixi, buguni va bashoratli rivojlanish istiqboli", Samarqand - 2007
6. T. Toshmurodov "Xalqaro turizm". Toshkent - Iqbol - 2007
7. Isomiddin Erboyev "Umumiy ovqatlanish va xizmat madaniyati" II kitob - Toshkent "Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi nashiyoti" - 2003
8. Pardayev M.K. "Turizm asoslari" (Maruzalari matni) - Samarqand - 2006, 74 bet
9. Mirzayev M.A. "Turizm asoslari" (Maruzalari matni), I-qism, - 2005

10. Komilova F.K. "Xalqaro turizm bozori" T: TDIU - 2001 y.

11. GOST – 28681.2 – 95 “ turistik-ekskursion xizmat ko’rsatish. Turistik xizmatlar. Umumiy talablar”.

12. GOST – 28681.0 – 90 “ turistik ekskursion xizmat ko’rsatish sohasida standartizatsiya. Umumiy ko’rsatmalar”.