

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

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

«XALQARO TURIZM VA TURIZM SERVISI» KAFEDRASI

**SamISI o'quv uslubiy
kengashida muhokama etilgan
O'UK raisi _____ Q.Mirzayev
Bayonnoma № 11 2016 yil 17 iyun**

«TURIZM»

fanidan

O'QUV - USLUBIY MAJMUA

SAMARQAND 2016

Tuxliyev I.S., Xayitboyev R., Tursunova G.R. «Turizm». O‘quv-uslubiy majmua. Samarqand, SamISI, 2016 yil, - ____ bet.

Loyiha muharriri:

I.S. Tuxliyev, «Xalqaro turizm va turizm servisi» kafedrası
professori, i.f.d.

Taqrizchilar:

M.Q. Pardayev «Statistika va menejment» kafedrası professori, i.f.d.

X.Mamatqulov «Xalqaro turizm va turizm servisi» kafedrası dotsenti

Ushbu o‘quv-uslubiy majmua Samarqand iqtisodiyot va servis institutining «Xalqaro turizm va turizm servisi» kafedrasida ishlab chiqildi. Ushbu o‘quv-uslubiy majmuada talabalar «Turizm» fanini mustaqil o‘rganishlari uchun barcha o‘quv-uslubiy materiallar mavjud.

Mazkur o‘quv-uslubiy majmua oliy o‘quv yurtlari «Turizm (xalqaro va ichki turizm)», «Mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish va boshqarish» kabi ta‘lim yo‘nalishlarida tahsil olayotgan talabalarga mo‘ljallangan.

Ushbu o‘quv-uslubiy majmuadan turizm bo‘yicha kasb-hunar kollejlari o‘qituvchilari va turizm sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan mutaxassislar ham foydalanishi mumkin.

Majmua oliy maktab va qo‘shimcha ta‘lim tizimidagi ta‘lim muassasalari o‘qituvchilari uchun mo‘ljallangan. O‘quv-uslubiy majmua O‘zbekiston Respublikasi Bosh Vazirining 2016 yil 2 fevraldagi 07\0-73-son topshirig‘i, “Fan, ta‘lim, sog‘liqni saqlash va sportni rivojlantirish bo‘yicha ustuvor vazifalarni amalga oshirishi chora-tadbirlari dasturi” hamda vazirlikning 2016 yil 11 fevraldagi 66-

sonli, 1 martdagi 89-sonli va 2016 yi 6 apreldagi 137-sonli buyruqlariga muvofiq xalqaro tajribalar asosida ishlab chiqilgan.

O'quv-uslubiy majmua Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Ilmiy Kengashida muhokama etilgan va o'quv jarayoniga tadbiq etish hamda nashr uchun tavsiya etilgan. Bayonnoma №11, 2016 yil 17 iyun.

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI



«TURIZM»

fanidan

SILLABUS

SAMARQAND 2016

«TURIZM» fani haqida qisqacha ma'lumot		
OO'YU manzili	Samarqand iqtisodiyot va servis instituti	Amir Temur ko'chasi 9, Samarqand shahri
Kafedra	Xalqaro turizm va turizm servisi, №151 Ish telefoni: 231 07 45	Fakultet «Servis va turizm»
Ta'lim yo'nalishi	610000 – Xizmat ko'rsatish sohasi	2 bosqich talabalari
Dars o'tish vaqti va joyi	Dars jadvali asosida	SamISI binosi
Fanning O'UMsini tuzuvchilar	i.f.d., prof. Tuxliyev Iskandar Suyunovich Katta o'qituvchi Xayitboyev Raxmatillo Katta o'qituvchi Tursunova Gulmira Rabbonovna	
Fanni o'tuvchi o'qituvchi haqida ma'lumot	i.f.d., dotsent Safarov Baxodirxon Shaxriyorovich i.f.n.katta o'qituvchi Raximov Zafar Odilovich Ass. Xamitov Mubin Xabibjonovich	safarovb@rambler.ru Zafar-rakhimov1@rambler.ru mubin.hamitov.1988@mail.ru

Kursning dolzarbligi	O'zbekistonda mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq xizmatlar ko'rsatish sohasidagi turizm xizmatlari zamonaviy xizmat turlari sifatida talqin qilinib, bu xizmatlarga e'tibor davlat siyosati darajasiga ko'tarilgan. Soha rivoji uchun zaruriy tashkiliy-huquqiy mexanizmlar vujudga keltirilib, hukumat tomonidan tegishli me'yoriy
-----------------------------	---

	hujjatlar qabul qilindi. Bu yo'nalishdagi ishlar hozir ham davom etayotgani fikrimizning isbotidir. Bugungi kunda turizm sohasi mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotini rivojlantirish uchun muhim ahamiyat kasb etishini va u XXI asr jahon xo'jaligining ustuvor tarmoqlaridan biri ekanligini alohida ta'kidlash lozim. Mamlakatni modernizatsiyalash bosqichida turizm va mehmondo'stlik industriyasi sohasidagi yechimini kutib turgan masalalar qatorida, turizm industriyasi mehnat bozorida ishlovchi xodimlarga qo'yiladigan malakaviy talablarga javob bera oladigan kadrlarni tayyorlash dolzarb masala bo'lib turibdi. Shularni hisobga olib, Xizmatlar sohasi ta'lim yo'nalishlari bo'yicha kadrlar tayyorlanmoqda. Shu maqsadda bakalavrlarni turizmning taraqqiyot yo'li, tajribasi, hozirgi kundagi muammolarini aniqlab olish; turizmning iqtisodiy, siyosiy, ma'naviy va ijtimoiy ahamiyatini yoritib berish; O'zbekiston va jahon turizm biznesining taraqqiyotini o'rgatishdan iborat. Mazkur maqsadga erishish uchun bakalavr oldiga bir qancha vazifalar qo'yilgan. Jumladan, sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyati; turizm sohasining tasniflanishi va turlari haqida ma'lumotlarni yoritib berish; turizm sohasining resurslari haqida tushuncha berish; turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlarning farqini aniqlash; turizm industriyasi va infratuzilmasining ahamiyatini yoritish; ekologik, gastronomiya va qishloq turizmlarini rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalarini o'rgatish; turizm xizmatlarida menejment va marketing tadqiqotlarini amalga oshirish jarayonlari; O'zbekiston Respublikasining turizm sohasidagi davlat siyosati haqida ma'lumot berish; turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish va standartlashtirish tartibini tushuntirishdan iborat.
Fan doirasida talabalarning bilim,	«Turizm» o'quv fanini o'zlashtirish jarayonida amalga oshiriladigan masalalar doirasida bakalavr

ko'nikma va kvalifikatsiyasiga qo'yilgan talab	<i>bilishi shart:</i> – sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyati; turizm industriyasi va infratuzilmasi; turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlar; turizm sohasida joylashtirish xizmatlari; turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari; turizm sohasida transport xizmatlari; ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari; gastronomiya turizmini rivojlantirish istiqbollari; qishloq turizmini rivojlantirish xususiyatlari; turizm xizmatlarida menejment tizimining samaradorligi; O'zbekiston Respublikasining turizm sohasidagi davlat siyosati; O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanishi. <i>ko'nikmalarga ega bo'lishi:</i> – turizm marshrutlarini ishlab chiqish jarayoni; turizm xizmatlarida marketing tadqiqotlarini amalga oshirish; gid-ekskursiya xizmatlarini amalga oshirish; turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish. <i>kvalifikatsiyaga ega bo'lishi:</i> – turizm sohasida turli xizmatlarni tashkil etish, turizm sohasining resurslaridan samarali foydalanish, turizm sohasida menejment va marketing masalalarini tahlil qilish, turizm sohasida amalga oshirilayotgan davlat siyosati, turizmning turlari va tasnifini aniqlash, turistik marshrutlarni yaratish, turizm sohasidagi xizmatlar, turizmning asosiy va maxsus turlariga marshrutlar ishlab chiqish, tashkiliy-boshqaruv va ilmiy-tadqiqot faoliyatini bajaruvchi sifatidagi majburiyatlarni bajarish. «Turizm» fani umumkasbiy fan hisoblanadi. Dasturni amalga oshirish o'quv rejada rejalashtirilgan gumanitar va ijtimoiy-iqtisodiy fanlardan «O'zbekiston tarixi», matematika va tabiiy-ilmiy fanlardan «Turizmda informatika texnologiyalari» fanlaridan yetarli bilim va ko'nikmalarga ega bo'lishlik talab etiladi.
Fanning ishlab chiqarishdagi o'рни	Mazkur fan to'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqarish bilan bog'liqdir. Bunda ular xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishda xalqaro va ichki turizm xizmatlari faoliyatini tashkil etish va boshqarishni amalga oshirish bilan birga

	turistik firmalar, mehmonxona va analogik joylashtirish vositalari, milliy va xorijiy turistlarga ovqatlantirish xizmatlarini tashkil etuvchi korxonalar, ekskursiya va transport xizmatlarini tashkil etuvchi korxonalar faoliyatini tashkillashtirish, boshqarish darajasida mustaqil ravishda ish olib borishlari mumkin. Olgan bilim va ko'nikmalarini bakalavr ta'limi davomida amaliyotda qo'llagan holda o'z tajriba va ko'nikmalarini hosil qilib kelgusida korxonaning turizm sohasida xizmat ko'rsatishni modernizatsiyalash, diversifikatsiyalash va innovatsiya strategiyasini ishlab chiqishda faol qatnashishadi. Shu bilan birga xalqaro va ichki turizmning rivojlanish tendensiyalarini aniqlay olish qobiliyatiga ham ega bo'lishadi. Bunda raqobatbardosh turizm xizmatlari, mahsulotlarini yaratish va uning samaradorligini baholay olish masalalarini chuqur o'zlashtirishadi.
Ta'lim shakli	•ma'ruza; •mavzular yuzasidan nazariy bilimlarni so'rab olish; •balavarlarning mustaqil ishi; •konspektlarni yuritish; •testlarni yechish; •yakka va guruhli taqdimotni amalga oshirish; •uyga vazifalarni bajarish; •kurs ishini yozish; •keys-stadi va h.k.

«TURIZM» fanidan talabalar bilimni baholash mezonlari	
1. Joriy nazorat (JN)	Talabaning bilim saviyasi, ko'nikma va malakalarini nazorat qilishning reyting tizimi asosida talabaning fan bo'yicha o'zlashtirish darajasi ballar orqali ifodalanadi. Talabaning fan mavzulari bo'yicha bilim va amaliy ko'nikma darajasini aniqlash va baholash usuli.

	Joriy nazorat fanning xususiyatidan kelib chiqqan holda amaliy mashg'ulotlarda og'zaki so'rov, test o'tkazish, suhbat, nazorat ishi, kollektivum, uy vazifalarini tekshirish va shu kabi boshqa shakllarda o'tkazilishi mumkin.
2. Oraliq nazorat (ON)	Semestr davomida o'quv dasturining tegishli (fanlarning bir necha mavzularini o'z ichiga olgan) bo'limi tugallangandan keyin talabaning nazariy bilim va amaliy ko'nikma darajasini aniqlash va baholash usuli. Oraliq nazorat bir semestrda ikki marta o'tkaziladi va shakli (yozma, og'zaki, test va hokazo) o'quv faniga ajratilgan umumiy soatlar hajmidan kelib chiqqan holda belgilanadi.
3. Yakuniy nazorat (YAN)	Semestr yakunida muayyan fan bo'yicha nazariy bilim va amaliy ko'nikmalarni talabalar tomonidan o'zlashtirish darajasini baholash usuli. Yakuniy nazorat asosan tayanch tushuncha va iboralarga asoslangan «Yozma ish» shaklida o'tkaziladi. «Turizm» fani bo'yicha talabalarning semestr davomidagi o'zlashtirish ko'rsatkichi 100 ballik tizimda baholanadi. Ushbu 100 ball baholash turlari bo'yicha quyidagicha taqsimlanadi: YA.N.-30 ball, qolgan 70 ball esa J.N.-35 ball va O.N.-35 ball qilib taqsimlanadi.

Talabalar bilimini oraliq nazoratda ballarda baholash taqsimoti
(o'zlashtirish darajasi baholash mezoni)

No	Mezon	Har bir o'zlashtirishi	Maksimal ball
1	Talaba faolligi (belgilangan mavzuga	Har bir to'g'ri javobi	9,0 ball

	og'zaki javobi, mavzu bo'yicha taqdimotni tayyorlash)	uchun 0,5 balldan	
2	Fanga oid konspektni to'liq yozib borish	O'quv semestri davomida konspekt yuritishi	2,0 ball
3	Testlarni yechish	Har bir to'g'ri yechilgan test uchun 1,0 ball	10,0 ball
4	Uyga berilgan vazifani bajarish (vazifalar, muammoli vaziyatlar, nazorat uchun savollar)	Har bir vazifani to'g'ri bajarganligi uchun 0,5 balldan	9,0 ball
5	Mustaqil ish	Mustaqil ish himoyasi	5,0 ball
	JAMI		35 BALL

«Turizm» fanidan mashgʻulotlarning mavzular va soatlar boʻyicha taqsimlanishi:

No	Mavzular nomi	Jami soat	Ma'ruza	Amaliy mashgʻulot	Mustaqil ta'lim
1.	«Turizm» fanining maqsadi va vazifalari	8	2	2	4
2.	Sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyati	8	2	2	4
3.	Turizm sohasining tasniflanishi va turlari	10	2	2	6
4.	Turizm sohasining resurslari	10	2	2	6
5.	Turizm sohasini rivojlantirishda O'zbekistondagi tarixiy shaharlarning ahamiyati	10	2	2	6
6.	Turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlar	10	2	2	6
7.	Turizm sohasida joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlari	10	2	2	6
8.	Turizm sohasida transport va gid-ekskursiya xizmatlari	10	2	2	6
9.	<i>Turizm marshrutlarini ishlab chiqish jarayoni</i>	10	2	2	6
10.	<i>Turizm industriyasi va infratuzilmasi</i>	8	2	2	4
11.	<i>Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari</i>	8	2	2	4
12.	<i>Gastronomiya turizmini rivojlantirish istiqbollari</i>	8	2	2	4
13.	<i>Qishloq turizmini rivojlantirish xususiyatlari</i>	8	2	2	4
14.	<i>Turizm xizmatlarida menejment va marketing tizimi</i>	8	2	2	4
15.	<i>O'zbekiston Respublikasining turizm sohasidagi Davlat siyosati</i>	8	2	2	4

16.	<i>O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanishi</i>	8	2	2	4
17.	<i>Turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish va standartlashtirish</i>	8	2	2	4
18.	<i>Turizm sohasida xalqaro xavfsizlikning huquqiy asoslari</i>	8	2	2	4
Jami		158	36	36	86

Tavsiya etiladigan adabiyotlar ro'yxati

Asosiy adabiyotlar	Joylashgan joyi
1.Mamatqulov X.M. Turizm infratuzilmasi. O'quv qo'llanma. –T.: «O'zbekiston faylafuslar jamiyati» nashriyoti, 2011.- 273b.	SamISI ARM
2.Tuxliyev I.S.,Hayitboyev R., Safarov B.Sh., Tursunova G.R. Turizm, Darslik, Toshkent, 2014. - 389 b.	SamISI ARM
3.Mirzayev M.A., Aliyeva M.T. Turizm asoslari. O'quv qo'llanma.-T.: O'zbekiston faylafuslar jamiyati, 2011.- 287b.	SamISI ARM
4.Tuxliyev I.S., Qudratov G'.H., Pardayev M.Q. Turizmni rejalashtirish. Darslik. – T.: «Iqtisod-moliya» nashriyoti. 2010.-263b.	SamISI ARM
5. Mamatqulov X. M. Mehmonxona va turistik komplekslarda xizmatlarni tashkil etish. O'quv qo'llanma. SamISI, 2012.	SamISI ARM
6. Tuxliyev I.S., Ibadullayev N.E. Turizm operatorlik xizmatini tashkillashtirishning asoslari.O'quv qo'llanma.Samarqand, SamISI, 2011.	SamISI ARM

Qo'shimcha adabiyotlar ro'yxati

1.Qonun	O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risidagi» Qonuni.
---------	---

	Xalq so'zi gazetasi 14.09.1999.
2.Karimov I.	«O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning 2005 yilgacha bo'lgan davlat dasturi», 15.04.1999 yildagi Farmoni.
3.Karimov I.	«2012-2016 yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida» gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012 yil 10 may PQ-1754-son Qarori.
4.Aleksandrova A.Yu.	Mejdunarodniy turizm. Uchebnik.- M: Aspekt Press, 2004.- 470 str.
5.Durovich A.P., Bondarenko G.A.	Organizatsiya turizma. Uchebnoye posobiye. 2-ye izd. ispr. – Mn.: Novoye znaniye, 2005.-640 str.
6.Kvartalnov V.A.	Turizm. Uchebnik.–M., Finansi i statistika 2004.-320str.
7.O'zbekturizm MK	http://www.uzbektourism.uz
8.RO'IKM	http://www.study-tourism.uz
9.Ta'lim portali	http://www.ziyonet.uz
10.BTT	http://www.unwto.org
11.BTSK	http://www.wttc.org
12.O'zbekiston Respublikasi qonunchilik portali	http://www.lex.uz
13.SamSI elektron kutubxonasi	http://www.sies.uz
14.TDIU elektron kutubxonasi	http://www.tdiu.uz

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI



«TURIZM»

fanidan

SILLABUS

SAMARQAND 2016

	turizm sohasi mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotini rivojlantirish uchun muhim ahamiyat kasb etishini va u XXI asr jahon xo'jaligining ustuvor tarmoqlaridan biri ekanligini alohida ta'kidlash lozim. Mamlakatni modernizatsiyalash bosqichida turizm va mehmondo'stlik industriyasi sohasidagi yechimini kutib turgan masalalar qatorida, turizm industriyasi mehnat bozorida ishlovchi xodimlarga qo'yiladigan malakaviy talablarga javob bera oladigan kadrlarni tayyorlash dolzarb masala bo'lib turibdi. Shularni hisobga olib, Xizmatlar sohasi ta'lim yo'nalishlari bo'yicha kadrlar tayyorlanmoqda. Shu maqsadda bakalavrlarni turizmning taraqqiyot yo'li, tajribasi, hozirgi kundagi muammolarini aniqlab olish; turizmning iqtisodiy, siyosiy, ma'naviy va ijtimoiy ahamiyatini yoritib berish; O'zbekiston va jahon turizm biznesining taraqqiyotini o'rgatishdan iborat. Mazkur maqsadga erishish uchun bakalavr oldiga bir qancha vazifalar qo'yilgan. Jumladan, sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyati; turizm sohasining tasniflanishi va turlari haqida ma'lumotlarni yoritib berish; turizm sohasining resurslari haqida tushuncha berish; turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlarning farqini aniqlash; turizm industriyasi va infratuzilmasining ahamiyatini yoritish; ekologik, gastronomiya va qishloq turizmlarini rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalarini o'rgatish; turizm xizmatlarida menejment va marketing tadqiqotlarini amalga oshirish jarayonlari; O'zbekiston Respublikasining turizm sohasidagi davlat siyosati haqida ma'lumot berish; turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish va standartlashtirish tartibini tushuntirishdan iborat.
Fan doirasida talabalarning bilim, ko'nikma va kvalifikatsiyasiga	«Turizm» o'quv fanini o'zlashtirish jarayonida amalga oshiriladigan masalalar doirasida bakalavr <i>bilishi shart:</i>

qo'yilgan talab	– sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyati; turizm industriyasi va infratuzilmasi; turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlar; turizm sohasida joylashtirish xizmatlari; turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari; turizm sohasida transport xizmatlari; ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari; gastronomiya turizmini rivojlantirish istiqbollari; qishloq turizmini rivojlantirish xususiyatlari; turizm xizmatlarida menejment tizimining samaradorligi; O'zbekiston Respublikasining turizm sohasidagi davlat siyosati; O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanishi. <i>ko'nikmalarga ega bo'lishi:</i> – turizm marshrutlarini ishlab chiqish jarayoni; turizm xizmatlarida marketing tadqiqotlarini amalga oshirish; gid-ekskursiya xizmatlarini amalga oshirish; turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish. <i>kvalifikatsiyaga ega bo'lishi:</i> – turizm sohasida turli xizmatlarni tashkil etish, turizm sohasining resurslaridan samarali foydalanish, turizm sohasida menejment va marketing masalalarini tahlil qilish, turizm sohasida amalga oshirilayotgan davlat siyosati, turizmning turlari va tasnifini aniqlash, turistik marshrutlarni yaratish, turizm sohasidagi xizmatlar, turizmning asosiy va maxsus turlariga marshrutlar ishlab chiqish, tashkiliy-boshqaruv va ilmiy-tadqiqot faoliyatini bajaruvchi sifatidagi majburiyatlarni bajarish. «Turizm» fani umumkasbiy fan hisoblanadi. Dasturni amalga oshirish o'quv rejada rejalashtirilgan gumanitar va ijtimoiy-iqtisodiy fanlardan «O'zbekiston tarixi», matematika va tabiiy-ilmiy fanlardan «Turizmda informatika texnologiyalari» fanlaridan yetarli bilim va ko'nikmalarga ega bo'lishlik talab etiladi.
Fanning ishlab chiqarishdagi o'рни	Mazkur fan to'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqarish bilan bog'liqdir. Bunda ular xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishda xalqaro va ichki turizm xizmatlari faoliyatini tashkil etish va boshqarishni amalga oshirish bilan birga turistik firmalar, mehmonxona va analogik joylashtirish vositalari, milliy va xorijiy turistlarga ovqatlantirish

	xizmatlarini tashkil etuvchi korxonalar, ekskursiya va transport xizmatlarini tashkil etuvchi korxonalar faoliyatini tashkillashtirish, boshqarish darajasida mustaqil ravishda ish olib borishlari mumkin. Olgan bilim va ko'nikmalarini bakalavr ta'limi davomida amaliyotda qo'llagan holda o'z tajriba va ko'nikmalarini hosil qilib kelgusida korxonaning turizm sohasida xizmat ko'rsatishni modernizatsiyalash, diversifikatsiyalash va innovatsiya strategiyasini ishlab chiqishda faol qatnashishadi. Shu bilan birga xalqaro va ichki turizmning rivojlanish tendensiyalarini aniqlay olish qobiliyatiga ham ega bo'lishadi. Bunda raqobatbardosh turizm xizmatlari, mahsulotlarini yaratish va uning samaradorligini baholay olish masalalarini chuqur o'zlashtirishadi.
Ta'lim shakli	•ma'ruza; •mavzular yuzasidan nazariy bilimlarni so'rab olish; •balavarlarning mustaqil ishi; •konspektlarni yuritish; •testlarni yechish; •yakka va guruhli taqdimotni amalga oshirish; •uyga vazifalarni bajarish; •kurs ishini yozish; •keys-stadi va h.k.

«TURIZM» fanidan talabalar bilimni baholash mezonlari	
1. Joriy nazorat (JN)	Talabaning bilim saviyasi, ko'nikma va malakalarini nazorat qilishning reyting tizimi asosida talabaning fan bo'yicha o'zlashtirish darajasi ballar orqali ifodalanadi. Talabaning fan mavzulari bo'yicha bilim va amaliy ko'nikma darajasini aniqlash va baholash usuli. Joriy nazorat fanning xususiyatidan kelib chiqqan holda amaliy mashg'ulotlarda og'zaki so'rov, test

	o'tkazish, suhbat, nazorat ishi, kollektivum, uy vazifalarini tekshirish va shu kabi boshqa shakllarda o'tkazilishi mumkin.
2. Oraliq nazorat (ON)	Semestr davomida o'quv dasturining tegishli (fanlarning bir necha mavzularini o'z ichiga olgan) bo'limi tugallangandan keyin talabaning nazariy bilim va amaliy ko'nikma darajasini aniqlash va baholash usuli. Oraliq nazorat bir semestrda ikki marta o'tkaziladi va shakli (yozma, og'zaki, test va hokazo) o'quv faniga ajratilgan umumiy soatlar hajmidan kelib chiqqan holda belgilanadi.
3. Yakuniy nazorat (YAN)	Semestr yakunida muayyan fan bo'yicha nazariy bilim va amaliy ko'nikmalarni talabalar tomonidan o'zlashtirish darajasini baholash usuli. Yakuniy nazorat asosan tayanch tushuncha va iboralarga asoslangan «Yozma ish» shaklida o'tkaziladi. «Turizm» fani bo'yicha talabalarning semestr davomidagi o'zlashtirish ko'rsatkichi 100 ballik tizimda baholanadi. Ushbu 100 ball baholash turlari bo'yicha quyidagicha taqsimlanadi: YA.N.-30 ball, qolgan 70 ball esa J.N.-35 ball va O.N.-35 ball qilib taqsimlanadi.

Talabalar biliminini oraliq nazoratda ballarda baholash taqsimoti

(o'zlashtirish darajasi baholash mezoni)

No	Mezon	Har bir o'zlashtirishi	Maksimal ball
1	Talaba faolligi (belgilangan mavzuga og'zaki javobi, mavzu bo'yicha taqdimotni tayyorlash)	Har bir to'g'ri javobi uchun 0,5 balldan	9,0 ball

2	Fanga oid konspektni to'liq yozib borish	O'quv semestri davomida konspekt yuritishi	2,0 ball
3	Testlarni yechish	Har bir to'g'ri yechilgan test uchun 1,0 ball	10,0 ball
4	Uyga berilgan vazifani bajarish (vazifalar, muammoli vaziyatlar, nazorat uchun savollar)	Har bir vazifani to'g'ri bajarganligi uchun 0,5 balldan	9,0 ball
5	Mustaqil ish	Mustaqil ish himoyasi	5,0 ball
	JAMI		35 BALL

«Turizm» fanidan mashgʻulotlarning mavzular va soatlar boʻyicha taqsimlanishi:

No	Mavzular nomi	Jami soat	Ma'ruza	Amaliy mashgʻulot	Mustaqil ta'lim
19.	«Turizm» fanining maqsadi va vazifalari	8	2	2	4
20.	Sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyati	8	2	2	4
21.	Turizm sohasining tasniflanishi va turlari	10	2	2	6
22.	Turizm sohasining resurslari	10	2	2	6
23.	Turizm sohasini rivojlantirishda O'zbekistondagi tarixiy shaharlarning ahamiyati	10	2	2	6
24.	Turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlar	10	2	2	6
25.	Turizm sohasida joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlari	10	2	2	6
26.	Turizm sohasida transport va gid-ekskursiya xizmatlari	10	2	2	6
27.	<i>Turizm marshrutlarini ishlab chiqish jarayoni</i>	10	2	2	6
28.	<i>Turizm industriyasi va infratuzilmasi</i>	8	2	2	4
29.	<i>Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari</i>	8	2	2	4
30.	<i>Gastronomiya turizmini rivojlantirish istiqbollari</i>	8	2	2	4
31.	<i>Qishloq turizmini rivojlantirish xususiyatlari</i>	8	2	2	4
32.	<i>Turizm xizmatlarida menejment va marketing tizimi</i>	8	2	2	4
33.	<i>O'zbekiston Respublikasining turizm sohasidagi Davlat siyosati</i>	8	2	2	4

34.	<i>O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanishi</i>	8	2	2	4
35.	<i>Turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish va standartlashtirish</i>	8	2	2	4
36.	<i>Turizm sohasida xalqaro xavfsizlikning huquqiy asoslari</i>	8	2	2	4
Jami		158	36	36	86

Tavsiya etiladigan adabiyotlar ro'yxati

Asosiy adabiyotlar	Joylashgan joyi
7.Mamatqulov X.M. Turizm infratuzilmasi. O'quv qo'llanma. –T.: «O'zbekiston faylafuslar jamiyati» nashriyoti, 2011.- 273b.	SamISI ARM
8.Tuxliyev I.S.,Hayitboyev R., Safarov B.Sh., Tursunova G.R. Turizm, Darslik, Toshkent, 2014. - 389 b.	SamISI ARM
9.Mirzayev M.A., Aliyeva M.T. Turizm asoslari. O'quv qo'llanma.-T.: O'zbekiston faylafuslar jamiyati, 2011.- 287b.	SamISI ARM
10.Tuxliyev I.S., Qudratov G'.H., Pardayev M.Q. Turizmni rejalashtirish. Darslik. – T.: «Iqtisod-moliya» nashriyoti. 2010.-263b.	SamISI ARM
11. Mamatqulov X. M. Mehmonxona va turistik komplekslarda xizmatlarni tashkil etish. O'quv qo'llanma. SamISI, 2012.	SamISI ARM
12. Tuxliyev I.S., Ibadullayev N.E. Turizm operatorlik xizmatini tashkillashtirishning asoslari.O'quv qo'llanma.Samarqand, SamISI, 2011.	SamISI ARM

Qo'shimcha adabiyotlar ro'yxati

15.Qonun	O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risidagi» Qonuni. Xalq so'zi gazetasi 14.09.1999.
16.Karimov I.	«O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning 2005 yilgacha bo'lgan davlat dasturi», 15.04.1999 yildagi Farmoni.

17.Karimov I.	«2012-2016 yillarda O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida» gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012 yil 10 may PQ-1754-son Qarori.
18.Aleksandrova A.Yu.	Mejdunarodniy turizm. Uchebnik.- M: Aspekt Press, 2004.- 470 str.
19.Durovich A.P., Bondarenko G.A.	Organizatsiya turizma. Uchebnoye posobiye. 2-ye izd. ispr. – Mn.: Novoye znaniye, 2005.-640 str.
20.Kvartalnov V.A.	Turizm. Uchebnik.–M., Finansi i statistitka 2004.-320str.
21.O‘zbekturizm MK	http://www.uzbektourism.uz
22.RO‘IKM	http://www.study-tourism.uz
23.Ta‘lim portali	http://www.ziyonet.uz
24.BTT	http://www.unwto.org
25.BTSK	http://www.wttc.org
26.O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik portali	http://www.lex.uz
27.SamISI elektron kutubxonasi	http://www.sies.uz
28.TDIU elektron kutubxonasi	http://www.tdiu.uz

1- mavzu. «TURIZM» FANINING MAQSADI VA

VAZIFALARI

Reja:

1.1. «Turizm» fanining maqsadi va vazifalari

1.2. O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari

1.1. «Turizm» fanining maqsadi va vazifalari

O'zbekiston mustaqillikka erishgach, bozor iqtisodiyotiga asoslangan jamiyat qurishni o'zining asosiy maqsadi qilib belgilab oldi. Bu ishda turizm sohasi ham yetakchi tarmoqlardan biri hisoblanadi. Turizm nafaqat o'tmishni o'rganish, o'zga xalqlar va elatlar bilan tanishish, ularning madaniy yodgorliklaridan bahramand bo'lish, shuningdek, u katta biznes hamdir. Mazkur faoliyatni yo'lga qo'yish esa mutaxassislariga bog'liq bo'lib, buning uchun malakali kadrlarni tayyorlash hozirgi kunning muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Ushbu vazifani amalga oshirishda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Toshkent Davlat iqtisodiyot universiteti, Singapur menejmentni rivojlantirish universiteti, Buxoro, Urgench va Nukus Davlat universitetlari va respublikamizdagi turizm sohasidagi kasb-hunar kollejlari o'z hissalarini qo'shib kelmoqdalar.

Bu o'quv maskanlarida qator fanlar, jumladan, mutaxassislik fanlari o'qitilib, ularda kasb ilmiga taalluqli muammolar o'z yechimini topmoqda. Shunday fanlar qatorida «Turizm» fani ham o'z o'rniga ega bo'lib, u yangi o'quv fanlaridan biri hisoblanadi. Bu fan Toshkent Davlat iqtisodiyot universitetining «Xalqaro turizm» fakulteti talabalariga 2002–2003-o'quv yilidan boshlab o'qitilib kelinmoqda.

Tajribalar shuni ko'rsatadiki, turizm tarixi, uning asosiy yo'nalishlari, turlari, turistik xizmatlar, umuman turizm ilmi bilan bog'liq barcha masalalar haqida bilim berish, turizmga oid tushuncha va atamalarning har birini tasniflash

muhim ahamiyatga ega bo'lib, bu alohida predmet darajasidagi masala hisoblanadi. Shularni e'tiborga olgan holda, turizmga oid barcha mutaxassislik fanlarining alifbosi sifatidagi «Turizm» fani aynan shunday vazifani bajaradi, uni mukammal o'rganmasdan, mutaxassislikka oid boshqa fanlarni o'zlashtirib olish qiyin kechadi.

«Turizm» fanining maqsadlari quyidagilardan iborat:

- turizmning mohiyatini ochib berish;
- turizmning taraqqiyot yo'li, tajribasi, hozirgi kundagi muammolarini aniqlab olish;
- turizmning iqtisodiy, siyosiy, ma'naviy va ijtimoiy ahamiyatini yoritib berish;
- O'zbekiston va jahon turizm biznesining ildizlarini o'rganish.

«Turizm» fanining vazifalari quyidagilardan iborat:

- sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyatini tushuntirish;
- turizm sohasining tasniflanishi va turlari haqida ma'lumotlarni yoritib berish;
- turizm sohasining resurslari haqida tushuncha berish;
- turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlarning farqini aniqlash;
- turizm industriyasi va infratuzilmasining ahamiyatini yoritish;
- ekologik, gastronomiya va qishloq turizmlarini rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalarini o'rganish;
- turizm xizmatlarida menejment va marketing tadqiqotlarini amalga oshirish jarayonlari;
- O'zbekiston Respublikasining turizm sohasidagi davlat siyosati haqida ma'lumot berish;
- turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish va standartlashtirish tartibini tushuntirish.

Mazkur fanni o'rganish «Turizmni rejalashtirish», «Xalqaro turizm», «Turizm marshrutlarni ishlab chiqish texnologiyasi», «Turizmda ekskursiya xizmatlari», kabi fanlar bilan uzviy aloqada olib boriladi.

Fanni o'zlashtirish jarayonida – o'qitishda Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlariga turistik ekskursiya, ekspeditsiya va maxsus turlar tashkil etish, har yili o'tkaziladigan an'anaviy Xalqaro Toshkent turizm yarmarkasida ishtirok etish, mehmonxonalar va turistik firmalar faoliyati bilan yaqindan tanishish, ekologik, tarixiy-madaniy yodgorliklarni namoyish etuvchi multimediya slaydlardan foydalanish, tur marshrutlar xaritalarini ishlab chiqish lozim bo'ladi.

«Turizm» fani «Xizmatlar sohasi» ta'lim yo'nalishlarining II-bosqich bakalavrlari uchun mo'ljallangan. O'quv mashg'ulotlari 2-semestrda, 36 soat ma'ruza va 36 soat amaliy mashg'ulot hajmida olib boriladi. Unda xorijiy davlatlar va respublikamizda nashr etilgan turizm sohasiga oid ilmiy, o'quv, uslubiy qo'llanmalardan hamda jurnal va gazetalaridagi maqolalardan, internet saytlaridan, turistik firmalarning namunaviy marshrutlari, bukletlar va yo'l ko'rsatkichlardan foydalanish tavsiya etiladi.

1.2. O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari

O'zbekistonda iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari qatorida turizm sohasining Markazlashgan Ma'muriy Boshqaruv tizimi 1971–1991-yillar davriga to'g'ri keldi. Bu davrda salbiy oqibatlar ham ko'zga tashlana boshladi. Qurilmay qolgan turistik-rekreatsion maqsadidagi ob'ektlar sonining ko'payishi, mavjudlarida esa mijozlarga ko'rsatilgan xizmatlarning sifati bo'yicha ko'plab e'tirozlar paydo bo'la boshladi. Ijtimoiy tadqiqotlarga ko'ra mehmonxonalar, turbazalar, dam olish uylari hamda pansionatlar tomonidan taklif qilinadigan 50 foizgacha bo'lgan barcha xizmatlar fuqarolarning noroziligini keltirib chiqargan. Joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlari bilan birga hordiq chiqarish va tibbiy xizmat ko'rsatish talab darajasida bo'lmagan. Turistik xizmat turlari va hajmi sezilarli va sifatsiz bo'lgan.

O'zbekistonning turizm sohasidagi rivojlanishni shartli ravishda to'rtta bosqichga ajratsak bo'ladi.

Birinchi bosqich. Mustaqillikka erishgach, **1991-yildan** keyin O'zbekistonning turistik xizmatlar bozori shakllana boshladi. Aynan shu davrda Respublika o'zining iqtisodiy mustaqilligini va mustaqil ravishda tashqi dunyo bozorlariga chiqishini e'lon qildi. Shu davrda qabul qilingan tashqi iqtisodiy faoliyat to'g'risidagi qonun turistik xizmatlarni sotuvchi korxonalarga yangi asos yaratdi. Natijada, tarmoqda yangi boshqaruv tizimini shakllantirish, turistik biznesni yuritishga yordamlashadigan qo'shimcha biznes turlarini yaratish, sohaga xizmat qiladigan bank, audit, maslahat xizmatlarini tashkil etish, viloyatlarda turizm tarmog'ining mintaqaviy bo'linmalarini tuzish, xalqaro miqyosda turizm mahsulotini reklama qilish, xususiylashtirilgan turistik korxonalarni litsenziyalashtirish kabi masalalarga alohida e'tibor berildi. Mustaqillikdan keyin, turizm sohasida bir vaqtning o'zida uchta muhim jarayon amalga oshirildi:

- birinchi jarayon: eski tizimdagi korxona va tashkilotlarning tanazzulga uchrashi (ekskursiya byurosi, sayohat byurosi), o'zlarining tuzilishi va faoliyat turiga ko'ra yangi xizmat ko'rsatish talablariga javob bermay qoldi;
- ikkinchi jarayon: turoperator va turagent sifatida nomlangan yangi tashkilotlar tuzildi;
- uchinchi jarayon: eski turistik korxonalarni qayta qurish yo'li bilan O'zbekiston va xorijiy iste'molchilar talab qiluvchi turistik mahsulotni ishlab chiqish yo'lga qo'yildi.

1992-yilda Respublikada «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi tashkil etildi va turizm sohasida bu kompaniya barcha tashkiliy, boshqaruv hamda muvofiqlashtirish funksiyalarini amalga oshira boshladi. 1993-yilda «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi Butunjahon turizm tashkilotiga (BTT) haqiqiy a'zo bo'lib kirdi. Bu jarayon o'z navbatida xalqaro turizmni rivojlantirishda muhim omil bo'lib xizmat qildi. 1994-yilda BMT ning YUNESKO tashkiloti hamda O'zbekiston hukumatining tashabbusi bilan Samarqand shahrida Buyuk Ipak yo'lidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo'yicha Samarqand Deklaratsiyasi qabul qilindi.

Bu bosqich mobaynida, ya'ni 1994-yilda ishlab chiqilgan «Turistik korxonalarni xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish dasturi» chuqur tizimli - institutsional o'zgarishlarni amalga oshirishda juda katta ahamiyat kasb etdi. 1994–1995-yillar mobaynida «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining 87,8 foiz turistik ob'ektlari xususiylashtirildi va davlat tasarrufidan chiqarilgan edi.

Amalga oshirilgan o'zgarishlar turistlarni qabul qilish shaklini jadallik bilan rivojlantirdi. 1995-yilda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Buyuk ipak yo'lini qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar» to'g'risidagi Farmoni¹ Buyuk Ipak yo'lida turistik mahsulotni tiklash borasida strategik ahamiyatga ega bo'ldi.

Bu o'z navbatida O'zbekiston turizm sohasidagi islohotlarning **ikkinchi bosqichini** boshlab berdi. Natijada Buyuk Ipak yo'lidagi shaharlar va turistik manzillar ro'yxatga olindi, Imom al-Buxoriy, Bahouddin Naqshband, Abduholiq G'ijduvoni, Ahmad al-Farg'oni, Imom al-Motrudiy, Mahmudi A'zam, Hakim at-Termiziy, Hazrati Imom, Shayx Shamsiddin Kulol, Burxoniddin Marg'iloniy, Buxorodagi Chor Bakrlar kabi allomalarimizning maqbaralari tamirlandi va ziyoratgoh majmualarga aylantirildi. 1998-yildan boshlab, Toshkent shahrida muntazam ravishda Xalqaro turistik ko'rgazma tashkil etila boshlandi, mehmonxonalardagi xalqaro talablarga javob beruvchi o'rinlar soni 4,8 barobarga ko'paytirildi.

Bu bosqichda O'zbekistonning turizm sohasida quyidagi masalalari amalga oshirildi:

- davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish jarayoni;
- yangi xorijiy investorlarni jalb qilish;
- tashqi bozorlarga chiqishning yangi yo'llarini izlash;
- xalqaro ko'rgazmalarga chiqish (Berlin, London, Madrid, Moskva);
- turistik korxonalar va sayohatchilarning manfaatlarini himoyalovchi nodavlat tashkilotlarning vujudga kelishi;

¹ <http://www.Lex.uz>

- turistik yo‘nalishlarning rang-barangligini ta‘minlash, mahsulotning ekologik talablarini kuchaytirish, yangi hududlarni turistik diqqatga sazovor joylar sifatida ochish;
- O‘zbekiston mehmonxonalarida xorijiy menejmentni qo‘llash;
- kichik mehmonxonalar tarmog‘ini kengaytirish;
- turizm sohasida mutaxassislarni tayyorlash (o‘rta maxsus hamda oliy ta‘lim bosqichida);
- xorijiy tajribalarni o‘rganish;
- ilmiy loyihalar tayyorlash;
- BTT tadqiqot guruhining O‘zbekistonga kelishi va «Turizm to‘g‘risida»gi Qonunni tayyorlash borasidagi ishlar;
- turlarining nodavlat va korporativ tashkilotlar «Ustoz», «Meros», «Ekosan» va h.k. bilan aloqalari yo‘lga qo‘yildi.

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

2000-yildan boshlab, Respublikamiz turizm sohasi yuqori sur‘atlar bilan rivojlana boshladi. Turizm sohasidan olinayotgan daromadlar yiliga 20 va undan ortiq foizlarda o‘sa boshladi. 2001-yilning oxirida Afg‘onistondagi tolibonlarga qarshi harakatlarning boshlanishi o‘lkamizga kelayotgan turistlar oqimini ikki yil davomida ancha kamaytirib yuborganidan so‘ng, 2003-yilning ikkinchi yarmiga kelib, o‘lkamiz turizmi yana o‘zini o‘nglab oldi. Sharqiy Osiyoda o‘tgan yillarda tarqalgan odatdan tashqari Pnevmaniya (Sars) va Parranda grippi kabi kasalliklar

O'zbekiston turizmiga 2001-yil 11-sentabr voqealaridek kuchli ta'sir ko'rsata olmadi.

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

O'zbekiston Respublikasining bu davrdagi amalga oshirilgan o'lgan ishlarini hisobga olib, Islom konferensiyasi tashkiloti (OIK) tarkibidagi muassasalardan biri – Ta'lim, Fan va madaniyat masalalari bo'yicha Xalqaro islom tashkiloti (ISESCO) Toshkentni 2007-yilda Xalqaro islom madaniyati markazi deb e'lon qildi. O'zbekistonning islom madaniyati va ilmi oldidagi, islom merosi va yodgorliklarini asrash va yanada boyitish borasidagi mislsiz xizmatlari uchun Toshkent shunday yuksak va faxrli unvonga sazavor bo'ldi.

Shuni ham ta'kidlab o'tish kerakki, 1993-yilda mamlakatimizda bor yo'g'i 4 ta xususiy turistik firma bo'lgan bo'lsa, hozirgi kunda turizm xizmatlarining nodavlat sektorida 800 ta turistik firma va mehmonxona, shu jumladan umumiy sig'imi 30 ming joydan iborat 500 ta mehmonxona va 300 ga yaqin turoperator va turagentlar faoliyat olib bormoqdalar.²

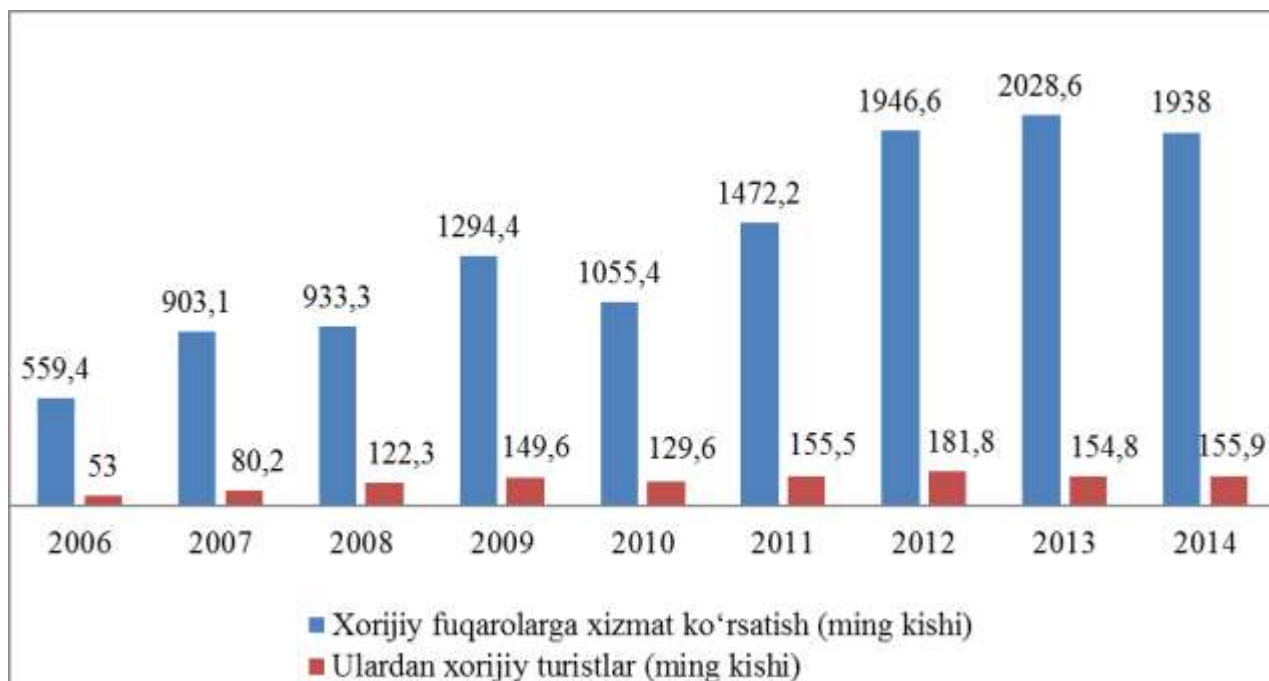
O'zbekistondagi turizm sohasining 2006–2014-yillar davomidagi rivojlanish dinamikasini O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasining statistik ma'lumotlari ko'rsatmoqda (1.1-jadval va 1.1-rasm).

² Turizm istiqbollari. // O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi. № 1. 2014. -11.b.

1.1-jadval

**O'zbekistondagi turizm sohasining 2006–2014-yillar davomidagi
rivojlanish dinamikasi**

№	Ko'rsatkichlar nomi	2006 y.	2007 y.	2008 y.	2009 y.	2010 y.	2011 y.	2012 y.	2013 y.	2014 y.
1.	Ko'rsatilgan xizmatlar hajmi – (mlr. so'm, nominal narxlarda)	58,0	78,2	69,9	120,2	153,8	186,8	222,4	253,4	293,9
	(real narxlarda)	47,1	64,6	57,3	102,0	129,8	160,8	193,7	222,3	261,0
2.	Xorijiy fuqarolarga xizmat ko'rsatish (ming kishi)	559,4	903,1	933,3	1294,4	1055,4	1472,2	1946,6	2028,6	1938,0
3	Ulardan xorijiy turistlar (ming kishi)	53,0	80,2	122,3	149,6	129,6	155,5	181,8	154,8	155,9
4	O'zbekiston Respublikasi fuqarolari (ichki turizm) (ming kishi)	135,3	223,8	277,9	191,4	134,5	151,9	200,6	216,9	191,6
5.	O'zbekiston fuqarolarning chet elga chiqishlari (ming kishi)	47,8	108,5	167,4	252,0	230,1	222,9	258,6	359,2	357,8
6	Xizmatlar eksporti (ming AQSH dollarida)	19740,7	29287,2	37465,4	39347,6	50483,5	572075,9	60925,4	58049,2	58337,2



1.1-rasm. O'zbekistondagi turizm sohasining 2006–2014-yillar davomidagi rivojlanish dinamikasi³

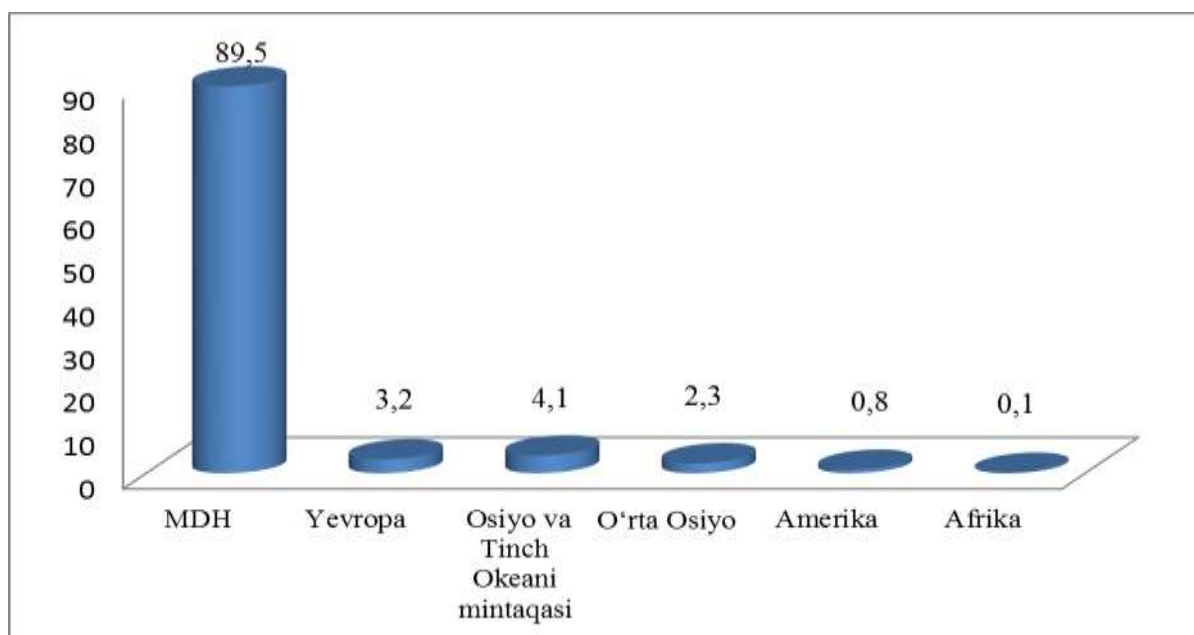
Jadval va rasmlar ma'lumotlari bo'yicha O'zbekistondagi turizm sohasi muntazam ravishda o'sish sur'atlarini ko'rsatmoqda. O'zbekiston fuqarolarning chet elga chiqishlari 2014-yilda 2006-yilga nisbatan 7,5 marta ko'payganligini yuqoridagi jadvaldan ko'rishimiz mumkin.

Turistik xizmatlar bozori har qanday davlat, viloyat, tumanning iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Iqtisodchilarning baholariga qaraganda, undan olinadigan pul tushumlari bir yil davomida 3 martadan 5 martagacha muomalada bo'ladi. Katta mablag'lar talab qilishiga qaramay, turizm sohasiga kapital qo'yish ancha foydalidir, chunki bu mablag'lar nisbatan tez muddatda o'zini oqlaydi, bundan tashqari O'zbekiston iqtisodiyotiga asosan xorijiy valyutada sarmoya keltiradi.

O'zbekistonga 2014-yilda turistlar oqimining mintaqaga tashrif buyurishi 1.2-rasmda ko'rsatilgan, unga ko'ra turistlar oqimi MDH, Yevropa, Osiyo va Tinch okeani mintaqalaridan kelishgan. Butun jahon turizm tashkiloti (BTT) tomonidan o'rnatilgan tasnif bo'yicha, barcha Sobiq Ittifoq hamdo'stlik mamlakatlari Yevropa mintaqasiga kiradi. Shuning uchun O'zbekistonga qo'shni

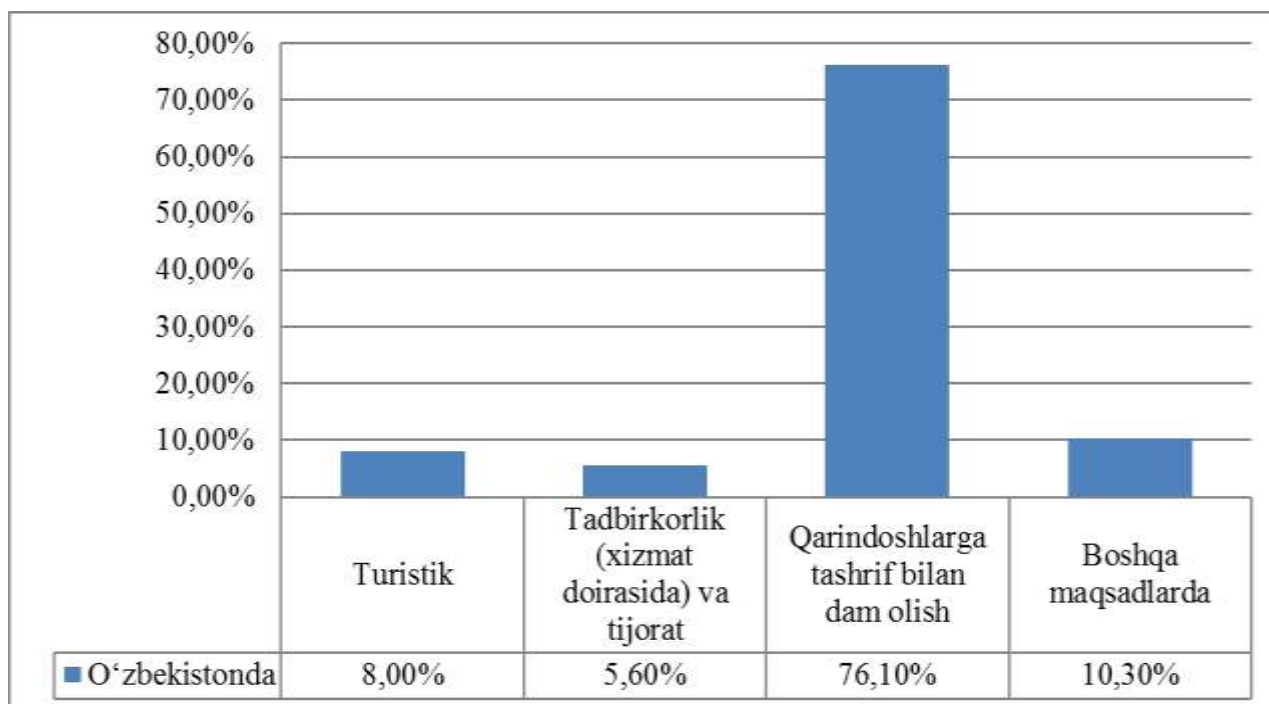
³ O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasining statistik ma'lumotlari

hamdo'stlik mamlakatlaridan kiruvchi turistlar ham Yevropa mamlakatlaridan kelgan hisoblanadi.



1.2-rasm. O'zbekiston Respublikasiga 2014-yilda chet el mamlakatlaridan turistik maqsadlarda kelgan xorijiy fuqarolarning umumiy sonidagi ulushi

Xorijiy turistlarning turistik tovar va xizmatlarga bo'lgan talab tarkibini va hajmini tahlil qilishda xorijiy fuqarolarning maqsadlari bo'yicha tarkibini o'rganish muhim ahamiyatga ega. Uning 2014-yildagi o'zgarish dinamikasi 1.3-rasmda ko'rsatilgan.



1.3-rasm. O‘zbekiston Respublikasiga 2014- yil mobaynida xorijiy fuqarolarning kelishi (rasmiy deklaratsiyadan o‘tgan, kishilar hisobidan)⁴

Xorijiy fuqarolarning 2014-yilda maqsadlari bo‘yicha tarkibini o‘rganish natijalari jami kiruvchi xorijiy fuqarolarning sonida turistik maqsadida kelganlar 8 foizni, tadbirkorlik va tijorat maqsadlarda kelganlar 5,6 foizni, qarindoshlarga tashrif bilan dam olish 76,1 foizni, boshqa maqsadlarda kiruvchilar soni esa 10,3 foizni tashkil etgan. Jami kiruvchi xorijiy fuqarolarning sonida turistik maqsadlar bilan kelganlar sonini oshirish borasida hukumatimiz, «O‘zbekturizm» M.K., O‘zbekiston Davlat statistika qo‘mitasi tomonidan qator dasturlar ishlab chiqilgan.

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

⁴ O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi ma’lumotlari

2- mavzu. SAYOHATCHI VA TURIST HAQIDAGI TUSHUNCHALARNING MOHIYATI

Reja:

- 2.1. Turizm tushunchasi va uning shakllanishi
- 2.2. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar
- 2.3. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog'liq sayohatlari

2.1. Turizm tushunchasi va uning shakllanishi

Bugungi kunda zamonaviy turizm asoschisi sifatida Angliyalik **Tomas Kuk** tan olingan. U birinchilardan bo'lib, sayohat maqsadida ommaviy safar uyushtirishning mohiyati va foydaliligini anglab yetdi hamda 1843- yilda u dastlabki temiryo'l orqali turni muvaffaqiyatli tashkillashtirdi. 1851-yilda u mamlakatning barcha xududlaridan kelgan 165 ming kishini Parijdagi ko'rgazmada ishtirok etishini tashkil qildi. Ko'rgazmaga qilingan sayohat katta foyda keltirganligi sababli, Kuk Angliyalik turistlarning 1865-yilda Parijga Butunjahon ko'rgazmasiga ommaviy ravishda tashrif buyurishining tashkilotchisi bo'ldi. 1856-yildan boshlab, Yevropa bo'ylab turlar odatiy holga aylandi, Kukning turistik agentligi va uning filiallari tuzildi. Turistik kompaniyaning misli ko'rilmagan muvaffaqiyatga erishganligini Kuk turistlarga taklif etgan katalogdan 8 mingdan ortiq mehmonxonalarning o'rin olganligini ham tasdiqlaydi. Tomas Kuk 1872-yilda birinchi bo'lib sanoat asosida jahon bo'ylab sayohat uyushtirishni taklif qilgan. Bugungi kunda «Tomas Kuk» kompaniyasi butun dunyoda 12000 dan ortiq turistik agentliklarga ega bo'lib, yiliga 20 milliondan ortiq turistga xizmat ko'rsatadi.

Salb yurishlari o'rta asrlarning mashhur hodisalari sifatida qayd etiladi. Hozirgi paytda ziyoratchilik diniy turizmning asosini tashkil qilib, o'z faoliyatiga ko'ra, keng miqiyosga ega hisoblanadi. Bunga misol tariqasida islom dini vakillarining muqaddas Makkayu Mukarrama shahriga hajga borishi yoki xristianlarning Quddus shahriga ziyorat qilishlarini keltirib o'tish kifoya.

Turizm sohasi oxirgi 30 yil ichida ayniqsa jadal sur'atlarda rivojlandi. Bu vaqt oralig'ida xalqaro turistlar soni 3,8 marta, bu sohadan keladigan foyda 25 marta o'sdi. Hozirgi kunda turizm sohasiga dunyo yalpi mahsulotining 6 foizi, xalqaro sarmoyalarning 7 foizi, ish o'rinlarning har 16 chisi, dunyo iste'mol harajatlarining 12 foizi to'g'ri kelmoqda. Bugungi kunda turizm-jahon miqiyosidagi iqtisodiyotning juda kuchli tarmog'i bo'lib, bu sohaga juda ko'p sonli xodimlar, asosiy vositalar va yirik kapital mablag'lar jalb qilingan. Turizm yirik biznes, katta pul va global miqiyosdagi jiddiy siyosatdan iborat.

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

Turizm infratuzilmasi va industriyasi turizmga turdosh bo'lgan bir necha tarmoqlarni ham rivojlanishiga sabab bo'ladi. Bundan tashqari turizmning rivojlanishi yana bir katta muammo bo'lgan ishsizlikni hal qilishga yordam beradi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, mamlakatga tashrif buyurgan har 20 nafar turist, 1 ta bevosita turizm sohasida va 2 ta turizmga bog'liq bo'lgan xalq xo'jaligining boshqa tarmoqlarida yangi ishchi joylarning ochilishiga yordam beradi. Shu bilan birga mahalliy mintaqalarning rivojlanishiga ham ijobiy ta'sir qilib, jumladan, qishloq xo'jalik mahsulotlarini, mahalliy sanoat mahsulotlarini va milliy hunarmandchilik mahsulotlarini sotishga yordam beradi.

Turizm ko'pgina mamlakatlar iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo'lib, u mahalliy aholi bandligini, mehmonxonalarni to'ldirish, restoran, tomosha tadbirlari, chet el valyutasining kelib tushishini ta'minlaydi. Turizmning ichki

iqtisodiy tabiati turist tashrif buyurgan mamlakatda o'z mablag'ini, albatta sarflab ketishini taqozo etadi. Turizm mahalliy turistik resurslar ekspluatatsiyasiga asoslanadi va buning evaziga shu mintaqa yoki mamlakat foyda olishi kerak bo'ladi.

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

Turizm sohasidagi adabiyotlarda turizmga uch xildagi umumiy ta'rif berilmoqda. Birinchisi, tor ma'nodagi ta'rif bo'lib, unga binoan bu tushuncha turistik korxonalar faoliyati bilan chegaralanadi. Ikkinchisi, bir yoqlama iste'molchiga qaratilgan bo'lib, bu ta'rifga asosan turizm faoliyati doimiy istiqomat qilish joyidan tashqarida va ishlab chiqarish tashvishlaridan holi holatda xizmat va tovarlarni iste'mol qilish jarayoni sifatida tushuniladi. Uchinchisiga ko'ra esa, turizm tushunchasi jamiyatda insonlarning istiqomat qilish joyidan tashqarida bo'sh vaqtdan foydalanishi va buning uchun zarur bo'lgan xizmat va tovarlar turlarini qayta ishlash shartlari bilan bog'liq bo'lgan munosabatlar majmuasini ifodalaydi.

Bizningcha, so'nggi ta'rif nafaqat keng va atroflicha, balki, turizmning jamiyatdagi o'rniga yangi sifat va baho beradi. Bunga, birinchi navbatda, turizm sohasiga, reklama – axborot xizmatlari, transport, qurilish, qishloq xo'jaligi, qayta ishlash kabi tarmoqlar bilan boshlanadigan hamda ta'lim, sog'liqni saqlash, sport va madaniyat kabi tarmoqlar bilan tugaydigan keng miqiyosdagi faoliyat turlari kirishi sabab bo'ladi.

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

2.2. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar

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

Sayohatlar ayrim shaxslar tomonidan alohida, yagona maqsad va qiziqishga ega bo‘lgan shaxslar tomonidan ekspeditsiyalar, jumladan, ilmiy ekspeditsiyalar tuzilgan holda amalga oshirilib, ular tarkibiga yuzlab va hattoki minglab mutaxassislar, diplomatlar, migrantlar va ko‘chib yuruvchilar ham kiradi. Dengiz, havo va boshqa transport vositalari ekipajlari oylab o‘z uylarida bo‘lmaydilar, shu tariqa, ular uchun sayohat turmush tarzi, kunlik ish faoliyati bo‘lib hisoblanadi.

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

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

Sayohatlar va turizmning bir-biridan farqlarini ko‘rib chiqishda ushbu faoliyatning maqsadlari va moddiy ta’minotiga to‘xtalib o‘tish joiz. Sayohat va ekspeditsiyalarning asosiy qismi ma’lum bir maqsadlarga (savdo, fan, yangi

yerlarni ochish, mahsulot reklamasi va h.k.) xizmat qilib, manfaatdor shaxslar, tashkilotlar, davlat va xususiy jamg'armalar tomonidan moliyalashtiriladi.

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

Turist–O'zbekiston Respublikasi hududi bo'ylab yoki boshqa mamlakatga sayohat qiluvchi (doimiy istiqomat joyidan turizm maqsadida jo'nab ketgan) jismoniy shaxs⁵ (1-ilova).

Turizm-sayohatlarning bir turi bo'lsada, biroq o'ziga xos jihatlariga ko'ra, ma'lum bir tavsifga ega bo'lib, unda ishtirok etuvchi shaxs turist deb nomlanadi. Muhimi turistni sayohatchi deyishimiz mumkin, ammo sayohatchini esa har doim ham turist deya olmaymiz. Sayohatlardan farqli ravishda, turizm iqtisodiyot va siyosatning kuchli ta'siriga uchrovchi soha bo'lib hisoblanadi. Turizm bu turistlar tomonidan amalga oshiriluvchi, aniq belgilangan turistik maqsadlarga ega ommaviy sayohatlar turi bo'lib, turistning faoliyati va bunday sayohatlarni uyushtirish va amalga oshirish bo'yicha maxsus xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlardan iborat. Bunday maxsus xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar faoliyati avallambor turistik firmalar, mehmonxonalar va shu xizmatlar bilan bog'liq bo'lgan turli xil boshqa tarmoqlar tomonidan amalga oshiriladi.

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

O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonunida turizm tushunchasiga quyidagi tarzda ta'rif berilgan: **«Jismoniy shaxsning doimiy**

⁵Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги Қонуни //«Халқ сўзи» газетаси, 1999.

istiqomat joyidan sog'lomlashtirish, ma'rifiy, kasbiy-amaliy yoki boshqa maqsadlarda borilgan joyda (mamlakatda) haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda uzog'i bilan bir yil muddatga jo'nab ketishi (sayohat qilishi)».

Iqtisodiy omillarni hisobga olish nuqtai nazaridan tashrif buyuruvchilar tunovchi, ya'ni, bir kecha yotib qoluvchilar va bir kunlik, ya'ni 24 soatgacha (mehmonxonada) bo'luvchi turistlarga bo'linadi. Turizm-sayohatlarning bir turi bo'lsada, biroq o'ziga xos jihatlariga ko'ra, ma'lum bir tavsifga ega bo'lib, unda ishtirok etuvchi shaxs turist, deb nomlanadi. Turizmning mohiyati va turistik faoliyatni yaxshi bilish uchun 2.1-jadval ma'lumotlarini to'liq o'zlashtirish maqsadga muvofiq bo'ladi.

2.1-jadval

Turizm sohasida turistni sayohatchidan ajratib turuvchi asosiy farqlari

№	Farq qiluvchi belgilar	Turizm (turist)	Sayohat (sayohatchi)
1	Mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri bo'yicha	Turizm jahon miqiyosidagi kuchli iqtisodiyot tarmog'i bo'lib, uning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi mavjud. Bu yirik biznes, katta pul va global miqiyosdagi jiddiy siyosatdir	Sayohatlarning iqtisodiyotga bevosita ta'siri yo'q
2	Qo'yilgan maqsadlar bo'yicha	Yo'llanmada ko'rsatilgan aniq qo'yilgan maqsadlar bilan chegaralangan	Aniq qo'yilgan maqsadlar bilan chegaralanmagan
3	Muddat maboynda	Muddatlari: 3-7 kunlik; 8-28 kunlik; kunlar bilan belgilangan	Muddati chegaralanmagan
4	Ma'lum makonda bo'lishi	Bo'ladigan joyi yo'llanma bilan chegaralangan	Makoni yoki bo'ladigan joyi chegaralanmagan
5	Bo'sh vaqtning mavjudligi	Asosan bo'sh vaqt maboynda amalga oshiriladi	Bo'sh vaqt bo'lishi shart emas. Sayohat qilish hayot tarzi hisoblanadi
6	Borgan joyida haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanishi bo'yicha	Qonun bo'yicha borgan joyida turist uchun haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanish mumkin emas	Borgan joyida sayohatchi uchun haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanish mumkin
7	Mablag' bilan ta'minlash	Turistning shaxsiy mablag'idan va ijtimoiy fondlardan	Homiy tashkilotlar, davlat va xususiy jamg'armalar tomonidan

			moliyalashtiriladi
8	Tashkil qilish va xizmat ko'rsatish	Bu faoliyat turli xil turistik korxonalar va xizmat ko'rsatish sohalari bilan bog'liq tarmoqlar tomonidan amalga oshiriladi.	Tashkil qilish homiy tashkilotlar, davlat va xususiy jamg'armalar tomonidan amalga oshiriladi, sayohlarga xizmat ko'rsatish esa bevosita o'zi tomonidan amalga oshiriladi.
9	Yashash faoliyatiga ta'siri	Turist uchun sayohatga borib kelish dam olish va o'z bilimlarini oshirishga xizmat qiladi.	Sayohatchi uchun sayohat kasbi yoki kun ko'rish manbai, turmush tarzi bo'lib xizmat qiladi.



2.1-rasm. Ekoturistik sayohat

2.3. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog'liq sayohatlari

O'zga mamlakatlarga aniq maqsadlar bilan sayohat qilish Markaziy Osiyo o'lkasida qadim zamonlardan rivojlangan bo'lib, o'lkamizdagi ilk sayyohlik ko'rinishlari «Buyuk Ipak yo'li» ga borib taqaladi. Bunda milloddan avvalgi II asrda ochilgan Buyuk Ipak yo'lini ahamiyati nihoyatda katta bo'lgan. Bu yo'l faqat

savdo-sotiq yo‘li bo‘lmay, ayni paytda dunyo xalqlari o‘rtasida madaniy-ma‘rifiy va ilm-fan taraqqiyoti hamda xalqaro aloqalar yo‘li bo‘lgan.

VII-VIII asrlarda Arablar Movarounnahrni zabt etish yo‘li bilan mahalliy xalqning urf-odati, dini va e‘tiqodi, qadimdan rivojlanib kelayotgan madaniyatga o‘z ta‘sirini o‘tkazib, asta-sekinlik bilan islom dini kirib kela boshladi. Mahalliy xalqning islom diniga o‘tishi bilan Markaziy Osiyoni Arab mamlakatlari Makkayu Madina bilan bog‘ladi. Islom dini farzlaridan biri hajga borish hisoblanib, Movarounnahrliklar o‘z yurtlaridan chiqib, Afg‘oniston, Eron, Iroq, Suriya orqali o‘tib, Saudiya Arabistondagi Makka va Madinada haj amalini bajarganlar. Bu yo‘l mashaqqatli, og‘ir, bir necha oy va yillarni o‘z ichiga olgan bo‘lsada, yildan-yilga hajga boruvchilarning soni ortib borgan.

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

Arab halifaligiga kirgan Movarounnahr, Xuroson va Xorazmda mahalliy tillarda yozilgan asarlari yo‘q qilinib, yerli bilimdonlar, tolibi ilmlar halifalikning markaziy shaharlari Damashq, Qohira, Bog‘dod, Kufa va Basraga borib bilim olishgan va arab tilida ijod qilishga majbur bo‘ladilar. Bu shahar Sharqning yirik ilm va madaniyat markazi bo‘lib, ular orasida Bog‘dod shahri eng mashhuri edi. IX asrda bu shaharda «Bayt-ul hikma» – «Donishmandlar uyi» Sharqning o‘z davridagi Fanlar Akademiyasi tashkil etilgan edi.

«Bayt-ul hikma»da katta kutubxona hamda Bog‘dodda va Damashqda astronomik kuzatishlar olib boriladigan rasadxonalar mavjud edi. Bu yerdagi toliblar tadqiqotlar bilan bir qatorda, qadimgi yunon va hind olimlarining ilmiy merosini o‘rganish va asarlarini arab tiliga tarjima qilish bilan shug‘ullanadilar. Bu yerda o‘rta asar ilmu faniga katta hissa qo‘shgan ko‘pgina Movarounnahr va

Xurosonlik olimlar ijod qilishgan. Quyida Markaziy Osiyolik sayyoh olimlarning sayohatlari (turizm) bilan bog‘liq faoliyatini keltiramiz:

Xorazm ilmiy maktabining ilk ko‘zga ko‘ringan namoyondasi Muhammad Xorazmiy bo‘lib, u amerikalik sharhshunos D.Sarton ta‘biri bilan aytganda, «Barcha zamonlarning eng ulug‘ matematiklaridan biri edi» –deb aytib o‘tgandi.

Muhammad Xorazmiy Xorazmda tug‘ilgan va Bag‘dodda vafot etgan. Al-Xorazmiyning asarlarida hammasi bo‘lib, 537 joyning nomi, shaharlar, tog‘lar (203 ta nom), dengizlar va orollarning nomlari, oxirida esa daryolar alohida-alohida yozilgan. Qizil dengiz Hind va Atlantika okeanlari kabi nomlar uchraydi. Shuningdek, Azov dengizi, Nil daryosi havzalariga izoh berilgan. Italiyalik sharhshunos K. Nallino – «Yevropadagi hech bir xalq al-Xorazmiy erishgan yutuqqa erishgan emas va bunday asar yaratishga qobil emas edi» – deb yozgan edi. Al-Xorazmiyning sayohatlari natijasida yaratilgan geografik g‘oyalari bu fanni yangi pog‘onaga ko‘tarib, IX asr boshlarida Sharqda yangi geografiya fanining yaratilishiga olib keldi.

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



**Nil daryosining Roda orolidagi
Ahmad Farg‘oniyga
o‘rnatilgan haykal**

Oradan 800 yil o‘tgach, Xristofor Kolumb hamda XVI asrda Yer shari bo‘ylab aylanma sayohatni oshirgan Fernando Magellan ham Ahmad Farg‘oniyning Yer shari hajmini hisoblash uchun ishlatgan bir daraja meridian

uzunligi haqidagi hisob- kitoblarning naqadar to'g'ri ekanligini yozib qoldirgan. Ahmad Farg'oniy Nil daryosining suvini doimiy o'lchab turuvchi nilometr asbobini yasagan. Bu asbob bo'yicha butun Nil daryosi havzasida muvaffaqiyatli dehqonchilik qilingan. Bu asbob bo'yicha Nil daryosining toshqinli davrlari oldindan ma'lum bo'lgan.

Misr hukumati vatandoshimiz Ahmad Farg'oniyning ushbu mamlakat oldidagi xizmatlariga yuksak ehtirom sifatida Nil daryosidagi Roda orolida uning haykalini



Tehronda Abu Rayhon Beruniyga o'rnatilgan haykal

o'rnatishga qaror qildi. Ushbu haykal Prezidentimiz Islom Karimovning 2007-yilda Misrga qilgan rasmiy tashrifi chog'ida tatanali rivishda ochilgan.

Abu Rayhon Beruniyning umri doimo sayohat va bir shahardan ikkinchisiga ko'chib yurib, tadqiqotlar o'tkazish bilan o'tgan. Bag'dodda oy tutilishini isbotlab bergan. Agar Beruniyning butun umri davomida qilgan sayohatlarini sarhisob qilsak, u shimolda Xorazmga, janubda Hindistonga, g'arbda Kaspiy dengizi sohili va Bag'dod oralig'ida sayohat qilgan.



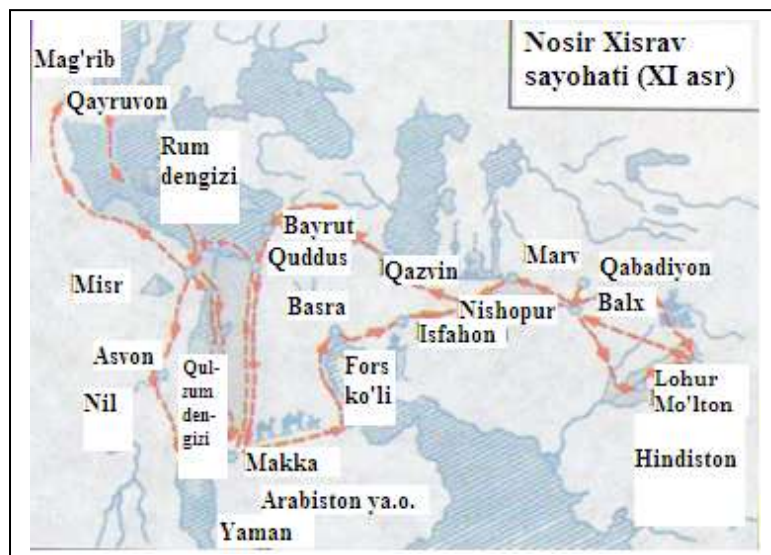
Hamadon shahridagi Ibn Sino maqbarasi

Abu Ali ibn Sino. Ibn Sino hayoti davomida tez-tez sayohat qilgan va ko'p yurtlarni kezgan. Buxorodan keyin Xorazmda, Turkmanistonda, Eron shaharlarida va Kaspiy dengizi sohillariga sayohat qilgan.

Ibn Sino Kasbiy dengizi bo'yida, Marv daryosi bo'ylarida va Qoraqum sahrosini kesib o'tishda, Eron, Turkmaniston mamlakatlari xududlaridagi sayohatlari davrida dorivor o'simliklarning o'sish ariallari, ularning shifobaxshlik xususiyatlarini o'rganish davomida joylarning geografik xaritalardagi o'rni, tabiiy

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

Nosir Hisrav Balx shahri yaqinidagi Qobodiyon qishlog'ida tug'ilgan. U 1045-



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

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

Mahmud Qoshg'ariy Xitoyning Qashqar shahrida tug'ilgan. Manbalarga ko'ra, u Janubiy-G'arbiy Osiyoning ko'plab shaharlarida bo'lgan, Bag'dodda ham yashagan. Turkiy tillarning xususiyatlarini o'rganish maqsadida olim ko'p yillar davomida Rumdan Mochingacha O'rta yer va Qora dengizlari bo'ylaridan to Xitoygacha sayohat qilgan, turkiy qabilalar yashaydigan yerlar, shahar va qishloqlarni kezgan. Uning «Devoni lug'atit turk» (Turkiy so'zlar lug'ati – «Devon») dunyo ilmining nodir qomusiy asari sifatida tan olingan. Shuning uchun ham sharhshunos N. Baskakov Mahmud Qoshg'ariyni «Turkiy tillarni qiyoslash borasida yo'lchi yulduz» – deb atagan bo'lsa, yana bir taniqli sharhshunos olim «XI asrning Radlovi» deya ta'riflagan edi. Uning safar marshrutlari davomidagi

tabiiy geografik mintaqalarning iqlim xususiyatlari va ulardagi farqlar haqidagi ma'lumotlari hozirgi turizm sohasi uchun xizmat qilmoqda.

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

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

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

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

Vasko da Gamalar Hindistonga dengiz yo‘li bilan borishda vatandoshimiz Abdurazzoq Samarqandiyning asarlaridan foydalanganliklarini yozib qoldirgan.

Zahiriddin Muhammad Bobur (1483–1530) Zahiriddin yoshlik chog‘laridanoq turli sayohatlarni yaxshi ko‘rgan. U 15-16 yasharligida Farg‘ona,



Hindistonning Agra shahridagi Boburiylar saroyi. Qizil qal'a.

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

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

Tayanch so‘z va iboralar: Markaziy Osiyo sayohatchilari, qadimgi sayohatlar va ziyoratchilik, sayohat va sayohatchi, turist haqidagi tushunchalar, ziyoratchi olimlar, turizmni sayohatdan ajratib turuvchi asosiy farqlar, turizm kuchli jahon miqiyosidagi iqtisodiyot tarmog‘i, zamon va makonda ko‘chib yurish, bo‘sh vaqtning va mablag‘ning mavjudligi.

3-mavzu. TURIZM SOHASINING TASNIFLANISHI VA TURLARI

Reja:

- 3.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari
- 3.2. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari

3.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari

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

3.1-jadval

Turizm sohasining tasniflanishi

№	Tasniflanadigan belgilar	Turizm turlari
1	Geografik va turistik talab yo'nalishi bo'yicha	1.1 . Milliy 1.2 . Xalqaro 1.3. Hududiy (mintaqaviy) 1.4. Ichki 1.5. Kiruvchi 1.6. Chiquvchi
2	Maqsadlar bo'yicha	2.1. Tarixiy obidalar turizmi 2.2. Arxeologik turizm 2.3. Rekreatsion turizm 2.4. Sog'lomlashtiruvchi dam olish 2.5. Malakaviy ish turizmi 2.6. Ilmiy turizm 2.7. Sport turizmi 2.8. Shop-turlar 2.9. Diniy turizm (haj safari, ziyorati) 2.10. Qo'msash, sog'inish turizmi 2.11. Ekoturizm 2.12. Ovchilik turizmi 2.13. Gastronomiya turizmi 2.14. Safari turizmi
3	Moliyalashtirish manbai bo'yicha	3.1. Ijtimoiy turizm 3.2. Tijoriy turizm

4	Harakatlanish usuli bo'yicha	4.1. Yayov 4.2. Aviatransport 4.3. Dengiz transporti 4.4. Daryo transporti 4.5. Avto tarnsport 4.6. Temir yo'l transporti 4.7. Velosiped transporti 4.8. Ulovlarda 4.9. Aralash
5	Joylashuv vositalari bo'yicha	5.1. Otellarga, mehmonxonalarga 5.2. Motellarga 5.3. Pansionatlarga 5.4. Kempinglarga 5.5. Palatkalarga 5.6. Rotellarga 5.7. Botellarga 5.8. Sanatoriylarga 5.9. Flotellarga 5.10. Xostellarga 5.11. Otel-klublarga 5.12. Turbazalarga 5.13. Turistik uylarga 5.14. Appartamentlar
6	Ishtirok etuvchilar soni bo'yicha	6.1. Individual-yakka 6.2. Oilaviy 6.3. Guruhlar bo'lib
7	Tashkiliy shakllari bo'yicha	7.1. Tashkil etilgan 7.2. Tashkil etilmagan

Geografik va turistik talab yo'nalishi bo'yicha turizmning quyidagi turlarini ko'rsatish mumkin: «Milliy», «Xalqaro», «Hududiy (mintaqaviy)», «Ichki», «Kiruvchi» va «Chiquvchi».

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

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

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

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

Ushbu nisbatning O'zbekiston bo'yicha o'tkazilgan tadqiqotlar natijasiga ko'ra, har bitta kiruvchi turistga 2,3 ta chiquvchi turist to'g'ri kelib, shularga nisbatan ichki turistlar soni 0,3 tani tashkil etmoqda.

1 ta kiruvchi turist – 2,3 ta chiquvchi turist – 0,3 ta ichki turist.

BTT tavsiyalari asosida O'zbekiston bo'yicha o'tkazilgan tadqiqotlar natijasiga ko'ra chiquvchi turistlar sonining kiruvchi turistlarga nisbatan 1,3 ta kishiga ko'pligini ko'rsatmoqda. Bu vaziyat O'zbekiston fuqarolarining oilaviy byudjetidan bevosita turistik maqsadlarga ajratilgan qismi ortib borayotganligini ifodalaydi. Bu o'z navbatida ijobiy ko'rsatkich bo'lishi bilan birgalikda uning salbiy oqibatlari ham mavjud bo'lib, Respublikadan chet el valyutasining chiqib ketishiga ham sabab bo'lmoqda. Yuqoridagi BTTning nisbatiga ko'ra ichki turizm 4 ta kishiga ega bo'lishi kerak edi, ammo O'zbekiston sharoitida bu ko'rsatkich 0,3 ta kishini tashkil qilib, ichki turizm salohiyatidan samarali foydalanish yetarli darajada emasligini ko'rsatmoqda.

Ichki turizm – O'zbekiston Respublikasida doimiy yashaydigan fuqarolarning O'zbekiston hududi bo'ylab qiladigan sayohati. Ichki turizm davlat chegaralarini kesib o'tish bilan va turistik rasmiyatchilik bilan bog'liq emas. Milliy valyuta, til, hujjatlar oldingidek o'zgarmasdan qoladi. Dunyodagi safarlarning 80-90 foizi ichki turizm ulushiga to'g'ri keladi. Unga qilinadigan harajatlar xalqaro turizm harajatlaridan 5-7 barobar kam bo'ladi. Ayniqsa, turizmning bu turi AQSH, Fransiya, Angliyada ommabop hisoblanadi.

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

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

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

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

Rekreatsioon turizm – (recreacia-tiklanish ma’nosida) dam olish maqsadidagi, turizm sifatida o‘z tarkibida sog‘lomlashtirish va jismoniy tiklanish maqsadlarini ham tashkil etadi. Rekreatsioon turizm qator davlatlar uchun turizmning ommaviy shakli bo‘lib hisoblanadi. Shuningdek, **sog‘lomlashtirish va davolash** maqsadlarida qilinadigan turizm – health and fitness tour or resort tour. Spa yoki health spa – sanatoriylar, kurortlar, pansionatlar sog‘lomlashtiruvchi – davolovchi tashkilotlar, kurort zonalarida, shifobaxsh suvlar, shifobaxsh balchiqlar va boshqalar yordamida (shifobaxsh mineral suvli kurortlarda) olib boriladi. Turistik sohaga ixtisoslashtirilgan sog‘lomlashtirish maqsadlariga qarab, dam olish maskanlarida mineral suvlarni ichish yoki mineralli va oltingugurt vodorodli vannalar qabul qilish imkoniyatlari belgilanadi. Bunga misol tariqasida chet el shifobaxsh suvli kurortlaridan – Rossiyadagi Kavkazda joylashgan Kislovodsk, Jeleznovodsk, Pyategorsk, Yesentuki; Vishi, Vittel va Eks-le-Ben (Fransiya); Bad-Naukeym, Visbaden va Baden-Baden (Germaniya); Karlava Vari (Chexiya); Spa (Belgiya); Bat va Bakston (Buyuk Britaniya); Bursa (Turkiya); Atami (Yaponiya) termal buloqlarining kattagina qismini keltirish mumkin.

O‘zbekistonda ham uning boy tabiati va iqlimidan kelib chiqqan holda, Farg‘ona vodiysida joylashgan «Chortoq», «Shohimardon», «Arslonbob», «Oltiariq», «Chimyon», Samarqand viloyatida joylashgan «Abu Ali Ibn Sino», Buxorodagi «Sitorai Mohi-Xosa» va Toshkent viloyatida joylashgan «Chinobod» hamda «Turon» kabi mineral suv bilan davolash dam olish imkoniyatiga ega bo‘lgan sanatoriylar, dam olish oromgohlari mavjud.

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

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

Ilmiy turizm. O'qish, ta'lim olish maqsadida, malaka oshirish maqsadida safar qilish xalqaro turizmning nisbatan yangi turlari safiga kiradi. Xorijda ta'lim olish uchun safar qilish O'zbekistonda ham turbiznesning yangi segmentlaridan biri bo'lib hisoblanadi. Ushbu safarlarning ommabop bo'lib borayotgan turi bu xorijiy til o'rganish maqsadida Buyuk Britaniyaga va boshqa ingliz tilida so'zlashadigan davlatlarga safarlarni amalga oshirish.

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

Shop-turlar Rossiya va Mustaqil davlatlar hamdo'stligi (MDH) davlatlari uchun xos bo'lgan xorijga tashrifning asosiy maqsadi bo'lib, ushbu mamlakatda tanqis bo'lgan xalq iste'mol tovarlarini harid qilish va uni o'z mamlakatida sotish hisoblanadi (poyafzal, trikotaj, yozgi va qishki kiyimlar va boshqa mahsulotlar –

Xitoy, Turkiya, Italiya, Portugaliyadan; mebel va jihozlar – Dubay, Xitoy va Italiyadan; tele-radio mahsulotlar – Birlashgan Arab Amirliklari (BAA), Xitoydan; avtomashinalar –Germaniya, Janubiy Koreya, Birlashgan Arab Amirliklaridan).

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

Qo'msash, sog'inish turizmi – bu asosan qarindosh yoki do'stlarini ko'rishga mo'ljallangan bo'lib, o'z mamlakatlaridan ayrim sabablarga ko'ra ko'chib ketgan kishilar bilan bog'liqdir. Ko'chib ketganlar shartli ravishda ikki turga bo'linadi:

- majburiy ko'chganlar, o'zlarining tarixiy yerlarini diniy, harbiy yoki siyosiy sabablariga ko'ra tashlab ketganlar.
- o'z xohishlari bo'yicha ko'chganlar – yaxshi hayot izlab o'z yurtlarini tashlab ketganlar.

Majburiy ko'chganlar – sayyoramizda ko'pchilikni tashkil qiladi. Aholi migratsiyasi iqtisodiy, siyosiy va diniy omillar ta'sirida bo'ladi. Bunga misol tariqasida, Sobiq Ittifoq davrining 1940- yillarida amalga oshirilgan majburiy qator millatlar bo'lgan qrim-tatarlar, Kavkaz orti mamlakatlari fuqarolari, nemislar, yahudiylar, turklarning ko'chib kelishlari va o'z yurtlariga qayta ko'chib ketishlarini keltirish mumkin.

Qo‘msash turizmga yaqqol misol bo‘lib, O‘zbekistonda Sobiq ittifoq davrida yashagan va hozirgi paytda ham ularning qarindosh urug‘lari respublikamizning turli shaharlarida faoliyat ko‘rsatib kelayotgan qrim-tatar, kavkaz xalqlari, nemislar va boshqa millatga mansub bo‘lgan aholini ko‘rsatishimiz mumkin.

Ekoturizm deganda, nafaqat ma‘rifiy-ma‘naviy maqsadlarni ko‘zlagan holda betakror tabiiy hududlarga, ularning hayvonot va o‘simlik dunyosiga sayohat, balki ijtimoiy-iqtisodiy masalalarni amalga oshirilishi yordamida ekologik muammolarini hal qilish bilan bir-biriga bog‘liq majmualar yig‘indisini tushunamiz. (O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi. // Ekologiya xabarnomasi. № 6, 2007 y.).

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

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

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

Ijtimoiy turizm – bu davlat tomonidan ijtimoiy ehtiyojlarga ajratiladigan mablag‘lar hisobidan sayohat qilish hisoblanadi. Ijtimoiy turizmning maqsadi foyda olish emas, balki daromadi kam bo‘lgan kishilarni dam olishga bo‘lgan huquqini amalga oshirish uchun ularni qo‘llab-quvvatlash hisoblanadi. Turizmning mazkur turi chet elda keng tarqalgan. Sobiq Ittifoq davrida ham turizmning mazkur turi ommabop hisoblangan, uning ulushiga ichki turizmning qariyb 80 foizi va xalqaro turizmning 50 foizi to‘g‘ri kelardi.

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

3.2. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari

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

Katta jismoniy kuch talab qilinadigan va hamma turistlar qatlamiga ham to‘g‘ri keladigan turizmning ***aktiv turlariga*** – dam olish va sayohat, vaqti chog‘lik, sport kabilar kiradi. Aktiv turizmga har xil sarguzashtli sayohatlarni ham kiritish mumkin: sarguzashtli turizm (adventure tour), ekzotik joylarga, vulqonlarga, orollarga, sharsharalarga va shu kabi joylarga borishga aytiladi. Odatda bu ekzotik va ekologik jihatdan toza tabiiy hududlar, g‘arb sayohatlari, noan’anaviy transport vositalari bilan bog‘liq bo‘lgan, biror-bir qolipga tushmagan turizmdir. Ba’zi holatlarda bu xildagi turizm jiddiy jismoniy zo‘riqishlar (extreme tour) bilan bog‘liq bo‘ladi. Turistdan mustahkam sog‘liq va dovyuraklik talab qilinadi. Masalan, Koloradaning toshqin daryolarida qayiqlarda sayr qilish,

Shimoldagi mamalakatlarda itlar tortadigan chanalarda va tog‘-chang‘i kurortlaridagi dam olish va boshqalar shular jumlasiga kiradi. Ularda qatnashish uchun turistlar oldindan ma‘lum ko‘nikmaga va jismoniy tayyorgarlikka ega bo‘lishlari kerak bo‘ladi.

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

Hozirgi paytda O‘zbekistonga kiruvchi va chiquvchi fuqarolarning jami maqsadlari bo‘yicha amalga oshirilgan sayohatlardagi bevosita turistik maqsadlar bo‘yicha tashriflarning ulushi 3.2- jadvalda ifodalangan.

3.2 va 3.3-jadvalardan, amalga oshirilayotgan tashriflar qiyosiy tahlili shundan dalolat beradiki, tashriflarning turistik maqsadlarda qilingan safarlar bo‘yicha ma‘lumotlari dunyoda 51% ni, Rossiyada 8% ni va O‘zbekistonda 8% ni tashkil qilmoqda. Bunda kiruvchi oqim uchun mahalliy turizm industriyasi taklifi nuqtai nazaridan ham, ichki turizmدا iste‘mol jihatidan ham jami amalga oshirilgan tashriflarning safar maqsadiga ko‘ra qarindoshlarga tashrif bilan xordiq olishi 76,1% ni tashkil etgan, keyingi o‘rinda esa bevosita turistik maqsadlar bilan keluvchilar 8% ni tashkil qilmoqda. Taqqoslash uchun dunyodagi fuqarolarning tashrif maqsadlari bo‘yicha tahlili, unda bevosita turistik maqsadlar bilan keluvchilar 51% ni tashkil etgan (3.3-jadval).

**O‘zbekistonga 2014- yilda safar maqsadlariga ko‘ra kiruvchi
(xorijiy fuqorolar) va chiquvchi (O‘zbekistonlik) fuqarolar
sonining taqsimlanishi**

Ko‘rsatkichlar	Kiruvchi fuqarolar		Chiquvchi fuqarolar	
Xizmat ko‘rsatilgan fuqarolar soni, jami	1938035	<i>100%</i>	4225947	<i>100%</i>
Shu jumladan safarlar maqsadlariga ko‘ra:				
Tadbirkorlik (xizmat vazifasiga ko‘ra)	108006	<i>5,6</i>	256668	<i>6.0</i>
O‘qish	9682	<i>0,5</i>	34244	<i>0.8</i>
Ishlash	34330	<i>1,8</i>	1435024	<i>34.1</i>
Turistik	155957	<i>8,0</i>	357877	<i>8.5</i>
Qarindoshlarga tashrif bilan dam olish	1475175	<i>76,1</i>	2074386	<i>49.0</i>
Davolanish	85400	<i>4,4</i>	29176	<i>0,7</i>
DTJ (doimiy turar joyi)	41744	<i>2,2</i>	5077	<i>0.1</i>
Tijorat	27741	<i>1,4</i>	33495	<i>0.8</i>

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Davlat Bojxona qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

Tashriflarning safar maqsadiga ko‘ra taqsimlanishi (2014-yil)

Safarlar maqsadiga ko‘ra	Dunyoda	Rossiyada	O‘zbekistonda
Turistik	51%	8,0%	8,0%
Tadbirkorlik (xizmat doirasida) va tijorat	15%	19,3%	5,6%
Qarindoshlarga tashrif bilan dam olish	27%	70,7%	76,1%
Boshqa maqsadlarda	7%	2%	10,3%

Manba: O‘zbekiston Davlat statistika qo‘mitasi, russiatourism.ru va unwto.org saytlaridan olingan ma’lumotlar asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

4-mavzu. TURIZM SOHASINING RESURLARI

Reja:

- 4.1. Turizm resurslari tushunchasi
- 4.2. Turizm resurslarining guruhlanishi
- 4.3. Turistik resurslar va turistik akvatoriya

4.1. Turizm resurslari tushunchasi

Turizm sohasining resurslari – turizm maqsadlarida va turizm jarayonida insonning ehtiyojini qondirishga qodir tabiiy-iqlim, ijtimoiy –madaniy, tarixiy, me'moriy, ilmiy va xizmat ko'rsatishga doir, tomosha qilinuvchi ob'ektlar yoki hodisalar to'plamidan iborat.

Turizm sohasining resurslari har bir mamlakatning milliy boyligi bo'lib, ular davlat mulki hisoblanadi. Ammo ulardan bir qismi jahon ahamiyatiga molik ob'ektlar va yodgorliklar hisoblanib YUNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxatiga kiritilgan. Bunday ro'yxat har yili YUNESKO tomonidan o'rganiladi va yangilanadi, ro'yxatdagi ushbu tabiiy, tarixiy va madaniy yodgorliklar davlat tomonidan muhofaza qilinadi, umumjahon ahamiyatidagi ob'ektlar va yodgorliklarni ta'mirlashga, saqlab qolishga BMT tomonidan tegishli mablag' ajratiladi.

Bugungi kunda O'zbekiston katta turistik resurslar salohiyatiga ega bo'lib, uning hududida 7000 dan ortiq tarixiy-arxitektura yodgorliklari va go'zal tabiiy-iqlimiy resurslari mavjud. Mamlakatimizda mavjud jami turistik-rekreatsion ob'ektlaridan Toshkent shahrida 144 tasi, Samarqandda 118 tasi, Buxoroda 201 tasi va Xiva shahrida 310 tasi joylashgan bo'lib, ushbu turistik ob'ektlardan foydalanidigan turistik firmalar esa asosan markaziy mintaqalarda joylashganini ko'ramiz. Turistik resurslarning 3/1 qismigina turizm uchun faoliyat ko'rsatmoqda, qolganlari esa turistik infratizimning shakllanishini va yangi turmahsulotlar tayyorlashni talab qilmoqda. Hozirgi vaqtda ko'pgina tarmoqlar kabi turizm industriyasi ham tez rivojlanib bormoqda. Turistik biznesni mavjud investitsiya,

texnologiya, hamda malakali ishchi – xodimlar orqaligina shakllantirib bo‘lmaydi. Buning uchun birinchi navbatda, turistik resurslardan samarali foydalanish zarur bo‘ladi.

Mutaxassislar turistik resurslarga quyidagicha ta’rif berishgan: turistik resurslar tabiiy, tarixiy, ijtimoiy – madaniy va boshqa ob’ektlar bo‘lib, turistlarni sayohatga qiziqtiradigan, insonning jismoniy, ruhiy va aqliy kuchini tiklashi va rivojlanish ehtiyojlarini qondirishga qodir ob’ektlarga aytiladi. Turistik resurslarning mohiyati shundan iboratki, ular turistik mahsulot shakllanishiga asos bo‘lib hisoblanadi. Turistik resurslardan sog‘lomlashtirish, turistik, sport va tanishuv maqsadida foydalaniladi. Undan tashqari, turistik resurslarni shartli ravishda ikki guruhga bo‘lish mumkin: **tabiiy va infratuzilmali**. Turistik biznesning rivojlanishida yuqoridagi ikki guruhning ham ahamiyati katta. Har qanday yuqori turistik resurs salohiyatidan, kommunikatsiya, aloqa vositalari, xizmat ko‘rsatish sohalarisiz foydalanib bo‘lmaydi. Mavjud turistik resurslar majmuasini tabiiy – iqlimiy, madaniy – tarixiy, ijtimoiy – iqtisodiy, axborot beruvchi resurslarga bo‘lish mumkin.

4.2. Turizm resurslarining guruhlanishi

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

Barcha tabiiy resurslarga rekreatsiya yoki turistik salohiyat nuqtai nazardan qarash lozim. Tabiiy turistik resurslarning tasnifi mavjud bo‘lib, u ikki yoqlama xususiyatga ega, birinchi xususiyatiga ko‘ra tabiiy kelib chiqishi bilan, ikkinchi xususiyati esa turizm uchun iqtisodiy ahamiyati bilan bog‘liq. Tabiiy resurslar quyidagicha guruhlanadi:

Kelib chiqishiga ko‘ra:

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

Rekreatsiya sifatida foydalanish turiga ko‘ra:

- mineral suvlar;
- botqoqlar;
- tuzlar;
- o‘rmonlar;
- daryo sohillar;
- buloqlar;
- tabiatdagi so‘lim joylar.

Resurslarning davomiylik darajasiga ko‘ra:

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

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

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

Tabiiy turistik resurslar orasida asosiy o'rinni rekreatsiya resurslari egallaydi, ular mamlakat aholisini hamda turistlarni dam olishi va davolanishi uchun xizmat qiladi. Tabiiy resurslardan to'g'ridan-to'g'ri foydalanish natijasida bir qancha muammolar ham kelib chiqmoqda. Bunda tabiatdan noto'g'ri foydalanish, ko'plab rejasiz qurilishlarni amalga oshirish tufaylidir. Natijada tizim muvozanati buzilib, ekologik muammolarni kelib chiqishiga sabab bo'lmoqda.

2. Madaniy – tarixiy resurslar. Ma'lum hududda turizmni rivojlantirishda u joyning tarixiy – madaniy resurslari salohiyati asosiy o'rinni egallaydi. Turistik xizmatda madaniy – tarixiy resurslardan ko'p maqsadlarda foydalanish mumkin. Madaniy majmualarning jozibadorligi, ularning tarixiy va tasviriyl bahosidan foydalanish qulayligiga bog'liq.

Mavjud resurslardan turizm faoliyatida intensiv foydalanish, ya'ni antropogen yukning oshib borishi natijasida tabiiy turistik resurslarning ifloslanishiga, tarixiy obidalarining tez buzilishiga olib keladi.

Madaniy – tarixiy resurslar, moddiy va madaniy turli yodgorliklar majmuasi ma'lum mintaqaning turistik qiziqish ob'ektlari hisoblanadi.

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

- mavjud tarixiy joylar, binolar va yodgorliklarni turistik qiziqish ob'ektlari sifatida qayta tiklash;
- tabiiy resurslarni muhofaza qilishni faollashtirish;
- turistik ehtiyojni qondirish maqsadida atrof – muhitni saqlash va yaxshilashda boshqaruv tashkilotlari ma'suliyatini oshirish.

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

- yodgorliklar: arxitektura binolari, arxeologik ahamiyatidagi joylar, ilmiy, madaniy va tarixiy ahamiyatga ega g'orlar, tarixiy yozuvlar;

- ansambllar: ilmiy, madaniy yoki tarixiy ahamiyatga ega o‘zaro bog‘langan binolar guruhi. Masalan Registon, Shoxizinda, Xazrati Imom ansambli;
- inson yoki tabiat tomonidan yaratilgan estetik, etnografik, tarixiy ahamiyatga ega bo‘lgan, o‘ziga jalb qiluvchi o‘ziga xos joylar.

Butunjahon madaniy merosi ro‘yxatiga kiritiladigan ob’ektlarning quyidagi xususiyatlari hisobga olinadi:

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

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

- yer qatlamining shakllanishida geologik-geomorfologik jarayonlar asosida shakllangan yodgorliklar;
- turli-tuman o‘ziga xos ekosistemalar, landshaftlar;
- ma’lum mintaqaning o‘ziga xos o‘simlik va hayvonlari;
- kamyob biologik turlari.

3. Ijtimoiy – iqtisodiy turistik resurslar. Turizm – iqtisodiyotning ko‘plab tarmoqlarini o‘z ichiga olgan bo‘lib, qurilishdan boshlab transport xizmatigacha bo‘lgan faoliyatning ixtisoslashgan turi hisoblanadi. Undan tashqari turizm iqtisodiyotning ko‘plab tarmoqlari, qishloq xo‘jaligi korxonalari, transport vositalari, ishlab chiqaruvchi zavodlar, mebel ishlab chiqaruvchi korxona va boshqalar bilan o‘zaro aloqada rivojlanadi.

Mehnat resurslari. Turistik mahsulot ishlab chiqarish jarayonida insonlarning jismoniy va aqliy mehnati ishlatiladi. Bunda insonlarni sog‘ligi va jismoniy kuchi, ma’lumoti hamda malakasi asosiy o‘rinni egallaydi. Mehnat resurslarining miqdori, malakasi iqtisodiy omil sifatida katta ahamiyatga ega.

Hozirgi kunda jahonda tashkil etilgan har 7 ishchi o'randan biri turistik biznesga to'g'ri keladi. Yaqin o'n yil ichida Yevropa mamlakatlarida va boshqa qator mamlakatlarda ham turizm sohasi yangi ishchi joylarni tashkil qilishning yirik manbai bo'lib qolmoqda.

Turizm jahon xo'jaligi mehnat resurslarini ko'p talab qiluvchi tarmoqlaridan hisoblanadi. Turizm sohasidagi band ishchi kuchining o'ziga xos xususiyati shundan iboratki 70 foizi malakasiz hisoblanadi. Ularning yarmidan ortig'i ayollarni tashkil qiladi. Undan tashqari turizm industriyasida yoshlar va chet el ishchi kuchidan keng foydalaniladi. Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida har bir uchinchi 16 yoshdan 21 yoshgacha bo'lgan o'smir turizmning xizmat ko'rsatish sohasida ishlaydi.

Butunjahon mehnat tashkiloti turizmda bandlikni uchta asosiy shakllarga bo'ladi:

1. Mavsumiy ish, bunda asosan sayyohlik mavsumida turistlar soni bir necha barobarga oshib ketadi, shunda qo'shimcha ishchi kuchiga talab oshadi.
2. To'liqsiz ish kuni, bu asosan rivojlangan mamlakatlarning mehmonxona va restoran xo'jaligidagi band ishchi kuchlari kiradi.
3. Turli mamlakatlarda to'liqsiz ish kuni bilan ishlayotganlar butun mehmonxona biznesida band ishchi kuchlarining 12 foizidan 52 foizigacha tashkil etadi.
4. Vaqtinchalik ish bilan bandlik (dam olish kunlari, ko'rgazmalar tashkil etish)

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

- asosiy binolar: otellar, bar, restoran, klub va b.;
- yordamchi binolar: garaj, isitish tizimi va b.;
- inshoot va qurilmalar: yo'llar, turistik po'ezdlar, sport maydonlari va b.;
- kommunikatsiya qurilmalari: elektroo'tkazgichlar, quvurlar va b.;

- mashina va jihozlar: transformator, kompyuter va b.
- transport vositalari: yengil avtomobil, avtobus va b.

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

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

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

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

4.3. Turistik resurslar va turistik akvatoriya

Turistik hudud yoki akvatoriya – bu qimmatli bo‘lgan turistik resurslar, turistik mintaqa tarkibida ajratib ko‘rsatiladigan turistik ehtiyojlar ob’ektini reestr va kadastrlarda hamda boshqa hujjatlarda qayd qilish bilan turizm maqsadlarida foydalanish bilan ma’lum geografik o‘rindagi majmualar turistik resurslar ko‘rinishidan iborat.

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

G‘orlarga tashrif – g‘orshunoslik turizmi va ekskursiyaning eng keng tarqalgan turlaridan biri hisoblanib, faqatgina Gresiyada turistlar tashrif buyurishi mumkin bo‘lgan 3500 ga yaqin g‘orlar hamda undan ham ko‘proq tashrif buyuradigan g‘orlar mavjud. Ulkan g‘orlar Meksika, AQSH, Janubiy Afrika, Rossiya va boshqa davlatlarda, hattoki o‘zimizda ham mavjud. Bugungi kunda O‘zbekiston Respublikasi tog‘ tizmalari va hududlarida turli xildagi 400 dan ortiq g‘orlar mavjud.

Akvatoriya –muhim turistik resurs hisoblanadi. Suv insonga oziqlanish vositasi sifatida zarur va shu sababli tanishuv yoki sarguzashtli ma’noda bu juda qiziq hisoblanadi. Dunyoda maska bilan unchalik chuqur bo‘lmagan chuqurlikda va akvalang bilan 70m chuqurlikkacha tushuvchi suvosti turizmining 50 mln. ga yaqin ishqibozlari mavjud. Katta Bar’er rifi suv osti qoyalari Avstraliya milliy boyligi hamda jahon ahamiyatiga molik akvapark deb e’lon qilingan. Ikkinchi kichik Bar’er qoyasi Beliz qirg‘oqlarida joylashgan hamda suvosti dunyosi ishqibozlari va suvosti sarguzashtlarini sevuvchilar uchun haqiqiy jannat bo‘lib hisoblanadi. Qizil dengiz suvostida suzuvchilar uchun cheklanmagan imkoniyatlarni tug‘diradi va kurortda dam oluvchilar ko‘ngil yozishining ajralmas qismi bo‘lib hisoblanadi.

Qadimgi suvosti boyliklarni izlab topish, oltini bilan cho‘kib ketgan kemalarni qidirish bugun turizmning muhim turini tashkil etadi. Gresiya, Kipr, Italiya, Turkiya kabi O‘rta Yer dengizining boshqa davlatlari o‘z suvosti

xazinalaridan faol, oqilona foydalanadilar. Suvdagi hayvonot dunyosini va marjon suvosti qoyalarini kuzatish uchun turistik suvosti qayiqlaridan hamda deyarli barcha dengiz bo'yi turistik markazlarida mavjud bo'lgan suvning tubi musaffo tarzda ko'rinib turadigan kemalardan foydalaniladi. Maxsus turistik suvosti qayiqlari Bermud, Kanar orollari, Qizil dengiz, Bolear orollarida va Ispaniyaning Kosta-Bravo kurortli qirg'oqlarida mavjud. Cho'kib ketgan kemalarni izlab topish – sarguzashtli turizmning ommabop turi hisoblanadi.

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

Shvesariyalik kinorejessyor Bernard Veberning tashabbusi bilan 2007 yilda dunyoning yangi yetti mo''jizasini aniqlash bo'yicha telefon va internet orqali so'rov o'tkazildi. Mazkur so'rovga sayyoramizning turli mamlakatlaridan 100 mln.dan ortiq kishi javob berdi⁶.

Ovoz berish natijalari 2007-yil 7- iyul kuni soat 7 da Portugaliyaning Lissabon shahridagi 50 ming kishidan ziyod tomoshabin to'plangan stadionda dunyoning yangi yetti mo''jizasi tantanali ravishda e'lon qilindi. Unga quyidagi tarixiy yodgorliklar kiritildi: Buyuk Xitoy devori, Rio-de-Jineyrodag Iso Masih haykali, Ay-Petri (Petra) tosh shahri, Machu-Pikchudagi inklarning tosh shahri, Chichen-Itsadagi mayyalar ibodatxonasi, Rim kolizeyi va Tojmahal.

⁶ Гадоев К., Бердиева С. Сайёрамиз мўъжизалари. –Т.: «Ўзбекистон» 2012. -81б.

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

Reja:

- 5.1. O‘zbekiston turizmini rivojlantirishda tarixiy shaharlarning o‘rni
- 5.2. O‘zbekistonning tarixiy va arxitektura yodgorliklariga ega bo‘lgan shaharlari
- 5.3. O‘zbekistonning YUNESKO ro‘yxatidagi tarixiy shaharlari

5.1. O‘zbekiston turizmini rivojlantirishda tarixiy shaharlarning o‘rni

O‘zbekistonda jahon madaniyati xazinasiga kiruvchi ko‘plab arxitektura yodgorliklari mavjud. Xiva, Buxoro va Shahrisabz shaharlarining tarixiy markazlari, qadimiy Samarqandning tarixiy yodgorliklari YUNESKO ning «Jahon merosi» deb nomlangan ro‘yxatiga, Boysun tumani aholisining folklor ansambli «Jahon nomoddiy merosi xazinasini» ro‘yxatiga kiritilgan.

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

Toshkent-Markaziy Osiyoning eng yirik shaharlaridan biri – O‘zbekiston Respublikasining poytaxtidir. Islom konferensiyasi tashkiloti (OIK) tarkibidagi muassasalardan biri – Ta’lim, Fan va madaniyat masalalari bo‘yicha Xalqaro islom tashkiloti (ISESCO) Toshkentni 2007-yilda Islom madaniyati poytaxti, deb e’lon qildi. O‘zbekistonning islom madaniyati va ilmi oldidagi, islom merosi va

yodgorliklarini asrash va yanada boyitish borasidagi mislsiz xizmatlari uchun Toshkent shunday yuksak va faxrli unvonga sazavor bo'ldi.

Toshkent

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

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

Tarixiy Eski Juva – shaharning eng qadimiy bozorlaridan biri, unda hozir ham oziq-ovqat mahsulotlaridan tortib sanoat mahsulotlarigacha barchasini topish mumkin. Eski shaharning markazida XVI-asrning ajoyib yodgorligi-Baroqxon madrasasi joylashgan. MDH mamlakatlarining ruhoniylari ta'lim oladigan Islom Universiteti ham shu yerda joylashgan. Bulardan tashqari, 1966-yil zilzilasi dan Yunusxon maqbarasi, Ko'kaldosh madrasasi kabi ajoyib yodgorliklar omon qolgan. Toshkent metrosi jahonning zamonaviy arxitektura durdonalaridan biri bo'lib hisoblanadi.

2007- yilning noyabr oyida o'tkazilgan YUNESKOning 34-sessiyasida ham Toshkent shahrining 2200-yilligini keng nishonlash tadbirlarini o'tkazish

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

Toshkentning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

1. Ko‘kaldosh madrasasi (XIV asr);
2. Kaffol Shoshiy maqbarasi (XV asr);
3. Hazrati Imom arxitektura majmuasi (XVI asr);
4. Abulqosim madrasasi (XIX asr);
5. Baroqxon madrasasi (XVI asr);
6. Jome’ masjidi (XIX asr);
7. Zangi ota majmuasi (XVII–XX asr);
8. Tilla Shayx masjidi;
9. Hazrati Imom majmuasi (XVI-XIX asrlar);
10. Xadra maydoni;
11. Sufi Ota maqbarasi.



**O‘zbekiston Respublikasining
Oliy Majlis binosi**



Biznes markaz

5.2. O‘zbekistonning tarixiy va arxitektura yodgorliklariga ega bo‘lgan shaharlari

Termiz

Surxondaryo viloyatining markazi bo‘lgan Termiz shahri eramizdan oldingi II–I asrlarda Hindistonni Markaziy Osiyo orqali Yevropa bilan bog‘lovchi karvon yo‘llarining chorrahasida paydo bo‘lgan, keyinroq u Xitoyga eltuvchi «Buyuk Ipak Yo‘li» da ham muhim ahamiyat kasb etdi. Kushonlar davrida 500 gektar maydonni egallagan. Shuningdek, Termiz yonida eramizdan oldingi III–II asrlarda Yunon-Baqtriya davlatiga tegishli turar joylar topilgan. Qoratepada Budda madaniyatiga tegishli turli yodgorliklar, Fayoztepada Budda ibodatxonasi harobalarida qiziqarli lavhalar va haykallar topilgan.

Termizning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

1. Qirq qiz saroyi (IX asr)
2. Termiz hukmdorlari saroyi (XX asr)
3. Hakim at Termiziy arxitektura majmuasi (X asr)
4. Sulton – Saodat arxitektura majmuasi (X asr)
5. Qoratepa ibodatxonasi (II asr)
6. Fayoztepa ibodatxonasi (I asr)

Farg‘ona

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



Al-Farg‘oniy haykali

XX asr boshlarida Qo‘qon Toshkentdan so‘ng ikkinchi yirik shahar bo‘lib hisoblangan, aholisining soni barcha hududiy markazlardan ortiq bo‘lgan. Qo‘qonning oxirgi xoni Xudoyorxonning saroyi shaharning eng muhim arxitektura yodgorliklaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Xon saroyi hashamatli va bezaklari bilan o‘chmas taassurot qoldiradi. Shuningdek, shoira Nodirabegim nomi bilan bog‘liq ikki minorali Modarixon maqbarasi ham qiziqarlidir. Qatl etilgan shoira xotirasiga bag‘ishlab maqbara yonida oq marmar va bronzadan ishlangan haykal o‘rnatilgan.

Marg‘ilon

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

Farg‘ona vodiysining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

1. Xudoyorxon saroyi (1870- y.)
2. Rishtlik masjidi (1913- y.)
3. Jome masjidi va minorasi (1809- y.)
4. Mulkobod masjidi (1913- y.)
5. Said Ahmadhoji madrasasi (XIX asr boshlari)
6. Chokar masjidi (1911-y.)
7. Xuja Magiz maqbarasi (XVIII asr)
8. Mullo Dirgiz madrasasi (XX asr boshlari)
9. Axsikent qadimiy shaharchasi (eramizdan avvalgi II asr).



Al-Margʻiloniy bogʻi



Pirsiddiq majmuasi

5.3. Oʻzbekistonning YUNESKO roʻyxatidagi tarixiy shaharlari

Samarqand

Samarqand oʻzining noz-neʼmatlari, tabiati, boy maʼnaviy merosi, betakror tarixi, olamshumul meʼmoriy obidalar bilan butun dunyo jamoatchiligining diqqat-eʼtiborini oʻziga qaratib kelayotgan «sayqali roʻyi zamindir». Soʻgʻdiyona va Turon davlatlarining ulugʻvor anʼanalari, dunyoviy sivilizatsiyaning eng muhim bosqichlari rivojlangan bu shaharning tarixi va madaniyati bilan uzviy bogʻliqdir.

Dunyoning eʼtiborli sarmoyadorlari, rivojlangan mamlakatlarning mashhur tijoratchi va bankirlari, xalqaro tashkilot rahbarlari, iqtisodchi va siyosatchilari, sanʼatshunoslarining nigohi bugun Samarqandga qaratilganligi bejiz emas. Bu esa Samarqandning Oʻzbekistonning yirik sanoat, fan va madaniyat markazi sifatidagi mavqei tobora oshib borayotganligidan, mamlakatning gullab-yashnashi va ravnaqi uchun muhim hissa qoʻshayotganidan dalolat beradi.

Jahon bankining prezidenti Jeyms D.Uolfenson Samarqandga tashrif buyurganida «Keyingi 40 yil davomida men qariyb butun dunyoni kezib chiqdim, biroq, Samarqanddek shaharni hech joyda koʻrmadim», deb oʻz qalb soʻzlarini aytgan edi. Amerikadan kelgan sayyohlarning fikricha, «dunyoda bittagina Parij va bittagina Samarqand mavjud». Ommaviy fransuz jurnallaridan birining eʼtirof etishicha: «Samarqand tasavvurni junboʻshga keltiradigan shahar

bo'lib borayapti. Ko'zingizni yumib muloyim ohangda «Samarqand» so'zini talaffuz qilsangiz, xuddi ertaklardagidek tasavvuringizda go'zal va sehrli manzaralar oqimi paydo bo'ladi». Bu o'rinda uzoq tarix sahifalarida qoldirilgan ushbu satrlarni ham eslash joizdir: «Bu shahar va uning atrofidagi zamin shunchalik boy va farovonki, bundan hayratga tushmasdan bo'lmaydi. Ehtimol shuning uchundir u Samarqandeya, deb atalgan».

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

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

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

Samarqandda har bir ko'cha, suv havzasi o'z tarixiga ega. Ziyoratgoh sanaluvchi Shohi Zinda (Tirik Shox) majmuasi Muhammad Rasululloh amakisining o'g'li-Qusam ibn Abbos nomi bilan bog'liq. Mirzo Ulug'bek tomonidan qurilgan Rasadxona 1449-yilda buzib tashlangan bo'lsada, uning yaxshi

saqlanib qolgan yerosti qismi bilan tanishish mumkin. Shuningdek, Samarqandda ko‘plab dam olish manzillari mavjud. Viloyatda neandertal odamlarning turar joylari topilgan.

Mustaqillikka erishilgandan so‘ng, O‘zbekiston «ochiq eshiklar siyosati»ni joriy qildi va jahon hamjamiyati bilan integratsiyalashuv jarayoniga faol kirib bordi. Buning yorqin misoli sifatida, Samarqand Respublikaning yirik turistik markaziga aylandi. Turizmning rivojlanishi O‘zbekiston va Samarqandning qulay geopolitik holati, uning Markaziy Osiyo mintaqasidan o‘tgan «Buyuk Ipak yo‘li» ustida joylashgani, qulay geografik va iqlimiy sharoiti, bu sohaning ravnaqiga xizmat ko‘rsata oladigan mutaxassislar va zarur qonuniy bazalarning mavjudligidadir. Xalqlar o‘rtasida do‘stlik, bir-birlarini anglash, tinchlik, hamkorlik va mamlakatda barqarorlikni rivojlantirishda turizmning ahamiyati beqiyosdir. Bularning hammasi turizmning xilma-xil shakllarini qayta tiklash va rivojlantirish, xalqaro andozalar asosida xizmat ko‘rsatishni yo‘lga qo‘yish, mahalliy xususiyatlar turizmning milliy modelini yaratish uchun qulay imkoniyatlar yaratmokda.

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

Ushbu reyting «The Huffington Post» nashri tomonidan minube.net sayohatchilar hamjamiyati bilan o‘zaro hamkorlikda tuzilgan. Bundan ko‘zlangan maqsad «Buyuk ko‘hna poytaxtlardan tortib, to Osiyo, Amerika va ulardan tashqari dunyodagi eng a‘lo joyni topish» bilan izohlanadi. Reyting mualliflarining fikr bildirishlaricha, odamlar o‘z hayoti davomida albatta borib ko‘rish lozim bo‘lgan qadamjolar ro‘yhatidan dunyoning 50 shahari joy olgan.

Samarqand–MDH mamlakatlari shaharlari o‘rtasida ushbu nufuzli ro‘yhatga kirgan yagona shahardir.⁷

Samarqand viloyatining asosiy tarixiy-arxitektura yodgorliklari:

1. Afrosiyob (eramizdan oldingi VIII asr);
2. Mirzo Ulug‘bek rasadxonasi (1424-1428 y.);
3. Shoxi Zinda arxitektura majmuasi (XI-XX asr);
4. Hazrati Hizr masjidi (XIX asr o‘rtalari);
5. Bibixonim jome’ masjidi (1399 y.);
6. Registon maydoni (1417-1647 y.);
7. Ruxobod maqbarasi (1380 y.);
8. Oqsaroy maqbarasi (1451-1469 y.);
9. Amir Temur maqbarasi (1404 y.);
10. Ishratxona maqbarasi (1464 y.);
11. Xoja Ahrori Valiy majmuasi (XV-XX asrlar);
12. Cho‘pon-Ota maqbarasi (1430 y.);
13. Xoja Abdu Darun qabristoni (XV asr);
14. Xoja Abdu Berun qabristoni (XVII asr);
15. Imom al-Buxoriy majmuasi (IX-XX asr);
16. Maxdumi A‘zam majmuasi (XVI-XIX asr);
17. Xuja Doniyor maqbarasi (1870-1880 y.).



Registon maydoni



Al-Buxoriy majmuasi

⁷ Samarqand «dunyoning albatta borib ko‘rish lozim bo‘lgan 50 shahri» // Zarafshon. 2014- yil 10- iyul, № 83.

Buxoro

«Buxoro» soʻzi sanskrit tilida «Ibodatxona», sugʻd tilida «Tangri jamoli» maʼnolarni anglatadi. Buxoro «Buyuk Ipak Yoʻli»ning yirik tijorat markazi boʻlib hisoblangan. Buxoro Oʻrta asrlarga mansub 140 dan ortiq arxitektura yodgorliklariga ega boʻlgan «muzey-shahardir». Poyi Kalon, Qoʻshmadrasa, Minorai Kalon, Ismoil Somoniy maqbarasi kabi koʻplab yodgorliklar bundan ming yillar oldin qurilgan boʻlib, hozirgi kunda ham mehmonlarni oʻziga jalb etmoqda. Buxoroning mashhurligini al-Buxoriy, Narshaxiy, Rudakiy, Daqiqiy, Abu Ali ibn Sino va Bahouddin Naqshband kabi siymolar yanada sharaflashgan.

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

Buxoro viloyatining asosiy tarixiy- arxitektura yodgorliklari:

1. Ark (XI asr);
2. Bolo-Hovuz majmuasi (XVIII asr);
3. Ismoil Somoniy maqbarasi (IX asr);
4. Chashmai-Ayub (1380 y.);

5. Abdullaxon madrasasi (1596 y.);
6. Modari-Xon madrasasi (1556 y.);
7. Masjidi Baland (XVI asr);
8. Gavkushon majmuasi (XVI asr);
9. Zayniddin Xoji xonaqosi (1555 y.);
10. Poyi Kalon majmuasi (XII asr);
11. Labi Hovuz majmuasi (XVI asr);
12. Ko'kaldosh madrasasi (1568 y.);
13. Nodir Devonbegi xonaqosi (1622-1623 y.);
14. Ulug'bek madrasasi (1417 y.);
15. Abdulazizxon madrasasi (1652 y.);
16. Bolohovuz masjidi (1712 y.);
17. Sayfiddin Boharziy maqbarasi (XIII asr);
18. Bayonqulixon maqbarasi (XIV asr);
19. Namozgoh masjidi (XII asr);
20. Fayzobod xonaqosi (1598 y.);
21. Chorminor madrasasi (1807 y.);
22. Buxoro Amirining Sitorai Mohi Xosa yozgi saroyi (XIX asr);
23. Chor-Bakr majmuasi -Jo'ybor xo'jalari qabristoni (1560 y.).



Ismoil Somoniy maqbarasi



Buxoro Arki

Xiva

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

Xorazm viloyatining asosiy tarixiy- arxitektura yodgorliklari:

1. Ichan qal’a, Saidboy masjidi va madrasasi (XVIII asr boshi);
2. Pahlavon Mahmud maqbarasi (1835 yil);
3. Olloqulixon madrasasi (1834 y.);
4. Qutlug‘murod-inoq madrasasi (1804 y.);
5. Olloqulixon Timi va Karvonsaroyi (XIX asr);
6. Abdullaxon madrasasi (1865 y.);
7. Anushaxon masjidi va hammomi (1657 y.);
8. Toshhovli (Olloqulixonning karvonsaroyi) (1855 y.);
9. Oq masjid (1832 y.);
10. Juma masjidi va minorasi (1788 y.);
11. Said Olovuddin maqbarasi (XIV asr);
12. Muhammad Aminxon madrasasi (1850-1855 yy.);
13. Kalta Minor (1835 y.);
14. Ko‘hna Ark (1868 y.);
15. To‘ramurod minorasi (1888 y.);
16. Sherniyozxon madrasasi (1718 y.);
17. Borlandi masjidi (XIX asr);
18. Arabxona madrasasi (1838 y.).



Islomxo'ja minorasi



Ko'hna Ark

Shahrisabz

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



Oqsaroyning umumiy ko'rinishi

Shahrisabzning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

1. Oqsaroy (XIV - XV asr);
2. Dorus – Saodat majmuasi (XIV asr);
3. Hazrati Imom masjidi (XIV asr);
4. Jahongir maqbarasi (XIV asr);
5. Dor-ut-Tilovat arxitektura majmuasi(XIV - XV asr);
6. Ko'kgumbaz masjidi (XV asr);
7. Gumbazi Saidon (XV asr);
8. Shamsiddin Kulol maqbarasi (XV asr)

Qarshi shahri Samarqand va Buxorodan Afgʻoniston va Hindistonga oʻtuvchi karvon yoʻllari asosida yuzaga kelgan. Qarshi bir necha arxitektura yodgorliklariga ega. Bular: Mirzo Ulugʻbek tomonidan qurilgan Koʻkgumbaz masjidi (1463-y.), Jomeʼ masjidi, Minorali Qoʻrgʻoncha (XIX–XX asrlar), Xoʻja Abdulaziz madrasasi (XX asr), Qilichboy madrasasi (1714-y.), Zaxkok- Moron shaharchasi harobalari (eramizdan avvalgi I asr-eramizning V asri) va Qashqadaryo daryosi ustidan oʻtgan qadimiy koʻprik kabilardir. Shaharda Oʻlkashunoslik muzeyi bor. Qashqadaryoning muhim arxitektura yodgorliklari- Temuriy sulolasiga tegishli Shamsiddin Mir Kulol maqbarasi, Koʻkgumbaz masjidi, Gumbazi Saidon maqbarasidir.

Hisor togʻlarning janubi-gʻarbida 1975-yilda Qizilsoy qoʻriqxonasi tashkil etilgan. Bu yerda silovsin, ayiq, qor barsi kabi noyob hayvonlarni uchratish mumkin. Shuningdek, Markaziy Osiyodagi eng yirik gʻorlardan biri – Amir Temur gʻori ham shu tizmada joylashgan. Qashqadaryoda Xoja Ubaydulla, Jarroh Abduraxmon Ota, Gʻulom Naqshbandiylar ziyoratgohlari, Sulton Mirhaydar maqbarasi kabi ziyoratgohlari ham bor.

Tarixiy obidalarining YUNESKO «Jahon merosi» roʻyxatiga kiritilishining asosiy maqsadi- oʻz hududida mashhur boʻlgan obʻektlarni dunyoga tanitish va himoya qilishdir. Maʼlumki, Oʻzbekiston tarixiy va madaniy yodgorliklarga boy mamlakat. Mana shu bebaho merosimizning 140 ta obʻektlari YUNESKO tomonidan muhofazaga olingan va tarixiy obʻektlar roʻyxatiga kiritilgan ⁸. YUNESKO ning «Jahon merosi» roʻyxatiga Xivadagi Ichan Qalʼa 1990-yil, Buxoroning tarixiy markazi 1993-yil, Shahrisabzning tarixiy markazi 2000-yil kiritilgan. 2001-yil 12–16-dekabr kunlari Finlandiyaning Xelsinki shahrida YUNESKOning Jahon merosi Qoʻmitasining navbatdagi yigʻilishi boʻlib, unda Samarqand shahri ham YUNESKO ning «Jahon merosi» roʻyxatiga kiritildi.

⁸ <http://www.Turkistonpress.uz>

6-mavzu. TURIZM SOHASIDAGI XIZMATLAR VA MAHSULOTLAR

Reja:

6.1. Turistik xizmatlar

6.2. Turistik mahsulotlar

6.3. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To‘rtta S» bilan ifodalanishi

6.4. Xizmat ko‘rsatish klasslari va xizmatlar paketi

6.1. Turistik xizmatlar

Bugungi kunda turizm jahondagi uchta yetakchi sohalar qatoriga kiritilmoqda. Tez sur‘atlarda rivojlanmoqda va uning muhim ijtimoiy hamda iqtisodiy ahamiyatga ega bo‘lishi quyidagi omilarga ta’siri bilan belgilanadi:

- mahalliy daromadni o‘stiradi;
- yangi ish o‘rinlarini yaratadi;
- turistik xizmatlar ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lgan barcha sohalarni rivojlantiradi;
- sayyohlik markazlarida ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantiradi;
- xalq hunarmandchilik markazlari faoliyatining rivojlanishini tezlashtiradi;
- mahalliy aholi yashash darajasining o‘shishini ta’minlaydi;
- valyuta tushumlari miqdorining o‘shishiga yordam beradi.

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonunida ayrim moddalarda turistik xizmatlar bilan bog‘liq tushunchalarning ta’rifi berilgan. Jumladan, Qonunning 3-moddasida turistik xizmatlar tushunchasi haqida: «turistik xizmatlar turistik faoliyat sub’ektlarining joylashtirish, ovqatlantirish, transport, axborot-reklama xizmatlari ko‘rsatish borasidagi, shuningdek, turistlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan boshqa xizmatlar», – deb ta’riflanadi. Qonunning 11-moddasi: «Turistik sayohat va turistik xizmatlar majmui», – deb

nomlanib, unda quyidagi fikrlar bayon qilinadi – «turistik sayohat yakka tartibda yoki turistlar guruhi tarkibida amalga oshiriladi.

Turistik xizmatlar majmui transport xizmati ko'rsatishni, yashash, ovqatlantirish, ekskursiya xizmati ko'rsatish, madaniy, sport dasturlarini tashkil etish va boshqa xizmatlarni o'z ichiga oladi», – deb belgilangan. Qonunning 10-moddasi: «Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish», – deb nomlanib, unda quyidagi jummalarni o'qiymiz: «Turistik xizmatlar majburiy sertifikatlashtirilishi lozim. Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish va sertifikat berish qonun hujjatlarida belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

Turistik faoliyat sub'ekting turistik xizmatlarni majburiy sertifikatlashtirishdan bosh tortishi, turistik xizmatlarni sertifikatlashtirishning natijasi salbiy bo'lishi, shuningdek, sertifikatning amal qilishini bekor qilish turistik faoliyatni amalga oshirish uchun berilgan litsenziyaning amal qilishini to'xtatib qo'yishiga, yoki litsenziyadan mahrum qilishga sabab bo'ladi». Qonunning 12-moddasi: «Turistik xizmatlar ko'rsatish shartnomasi», – deb nomlanib, quyidagi fikrlar bayon etiladi: «Turistik xizmatlar shartnoma asosida ko'rsatiladi. Shartnomada ko'rsatilgan xizmatlarning ko'lami va sifati, taraflarning huquqlari hamda majburiyatlarini, haq to'lash va hisob-kitoblar tartibini, shartnomaning amal qilish muddatini va uni bajarmaganlik yoki lozim darajada bajarmaganlik uchun javobgarlikni, shuningdek, taraflarning kelishuviga ko'ra boshqa shartlarni belgilaydi». Qonunning 13-moddasida: «Turistik yo'llanma (vaucher)», – deb nomlanib, unda: «Turistik yo'llanma (vaucher) – turistning yoki turistlar guruhining tur tarkibiga kiruvchi turistik xizmatlarga bo'lgan huquqini belgilovchi va bunday xizmatlar ko'rsatilganligini tasdiqlovchi hujjat», deb qaraladi.

Bizning nazarimizda, turistik xizmatlar sayohat davomida turistning barcha ehtiyojlarini qondirishga, ta'minlashga qaratilgan va xizmat ko'rsatish sohasidagi aniq maqsadga yo'naltirilgan harakatlar to'plami bo'lib, ular turizm maqsadlariga, turiga va turistik xizmatning qanday yo'naltirilganligiga to'la javob berishi kerak.

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

Umuman xizmatlar – bu ko'zga ko'rinmas tovarning o'ziga xos turidir. Xizmat bevosita iste'mol jarayonida yuzaga keladi va alohida holda bo'lmaydi, bu xizmatning moddiy tovarga nisbatan asosiy farqidir. Bundan tashqari, tovar iste'molchiga olib kelib beriladi, turistik xizmat esa iste'molchi bevosita xizmatning amalga oshiriladigan joyiga olib boriladi. Shuning uchun ham turistik xizmatlarni ishlab chiqarish va sotish moddiy tovarlarni sotishga aloqador bo'lgan qonunlar asosida emas, balki boshqa qonunlar majmui bilan boshqariladi.

Turistik xizmatlar ikki turga bo'linadi:

Asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlarning bir-biridan farqli tomonlari quyidagilardan iborat:

1. Asosiy xizmatlar (tashish, joylashtirish, ovqatlantirish) turpaketga kiritiladigan xizmatlardir. Qo'shimcha turistik xizmatlar esa turpaketga kiritilmaydi;

2. Asosiy turistik xizmatlar oldindan sotib olingan (sayohatni boshlashdan oldin) ya'ni to'lov oldindan amalga oshirilgan bo'ladi. Qo'shimcha turistik xizmatlarda to'lov–xizmatdan foydalanish jarayonida turist tomonidan qo'shimcha to'lov sifatida amalga oshiriladi. Ammo individual turist hech qanday dastur (turpaket)siz sayohat qilganda, uning asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlar to'lovi bir xil ko'rinishda amalga oshiriladi. Yuqoridagi farqlardan kelib chiqqan holda, qo'shimcha turistik xizmatlar deganda turpaketda nazarda tutilmagan, turist o'zining qo'shimcha to'lovi asosida foydalanadigan xizmatlar tushuniladi.

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

Qo'shimcha turistik xizmatlardan turist ikki xil vaziyatda foydalanadi:

- turpaketning tanaffus qismida yoki turist bo'sh qolgan vaqtda foydalanadigan xizmatlar (masalan: kechqurin Registon maydonida namoyish etiladigan ovozli va nurli panoramaning tomoshasi);

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

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

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

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

- turistlarni milliy urf – odatlar va an'analar bilan tanishtirish orqali milliy

hunarmandchilik va kasanachilik jarayonlarida bevosita qatnashishini tashkil etish. Yoki o'zbek milliy taomlarining pishirilish jarayonini tomosha qilish kabi xizmatlar ko'rsatish. Buning uchun mamlakatimizda hunarmandchilik, kasanachilik va milliy oshxonalarni turizm sohasiga jalb qilib, bu sohalarni rivojlantirish.

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

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

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

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

6.2. Turistik mahsulotlar

Turistik mahsulot turizm maqsadlari va jarayonida turistning ehtiyojlarini qondirish uchun yetarli bo'lgan, barcha turistik xizmatlar, ishlar, tovarlar va ta'minot vositalari hamda turpaketga kiritilgan boshqa turistik xizmatlar majmuidan iborat. Turistik mahsulot (turpaket) xizmatlar harakatining 24 soatdan

ortiq vaqtiga ega va yoki tunab qolish (joylashtirish) va joydan -joyga ko'chib o'tish (yuk tashish) ni o'z ichiga oladi. Turistik mahsulot barcha ko'rsatilgan xizmatlar va barcha harajatlarni o'z ichiga olgan umumiy narx bo'yicha taklif etiladi, uning iste'mol xususiyatlari esa shartnoma shartlari asosida amalga oshiriladi.

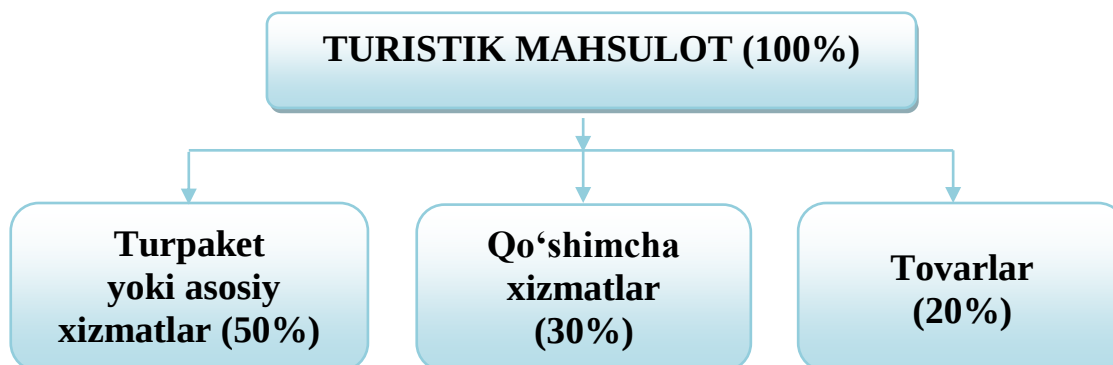
Turist turistik mahsulotlar (turistik xizmatlar, ishlar va tovarlar) iste'molchisidir. Turistik mahsulotlar-turistik asosiy xizmatlardan (bronlashtirish, transfert, joylashtirish, ovqatlantirish, ekskursiyalar), qo'shimcha xizmatlar turistik-ishlardan (foto xizmati, sug'urta, axborot, moliya, bank xizmati)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

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

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

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

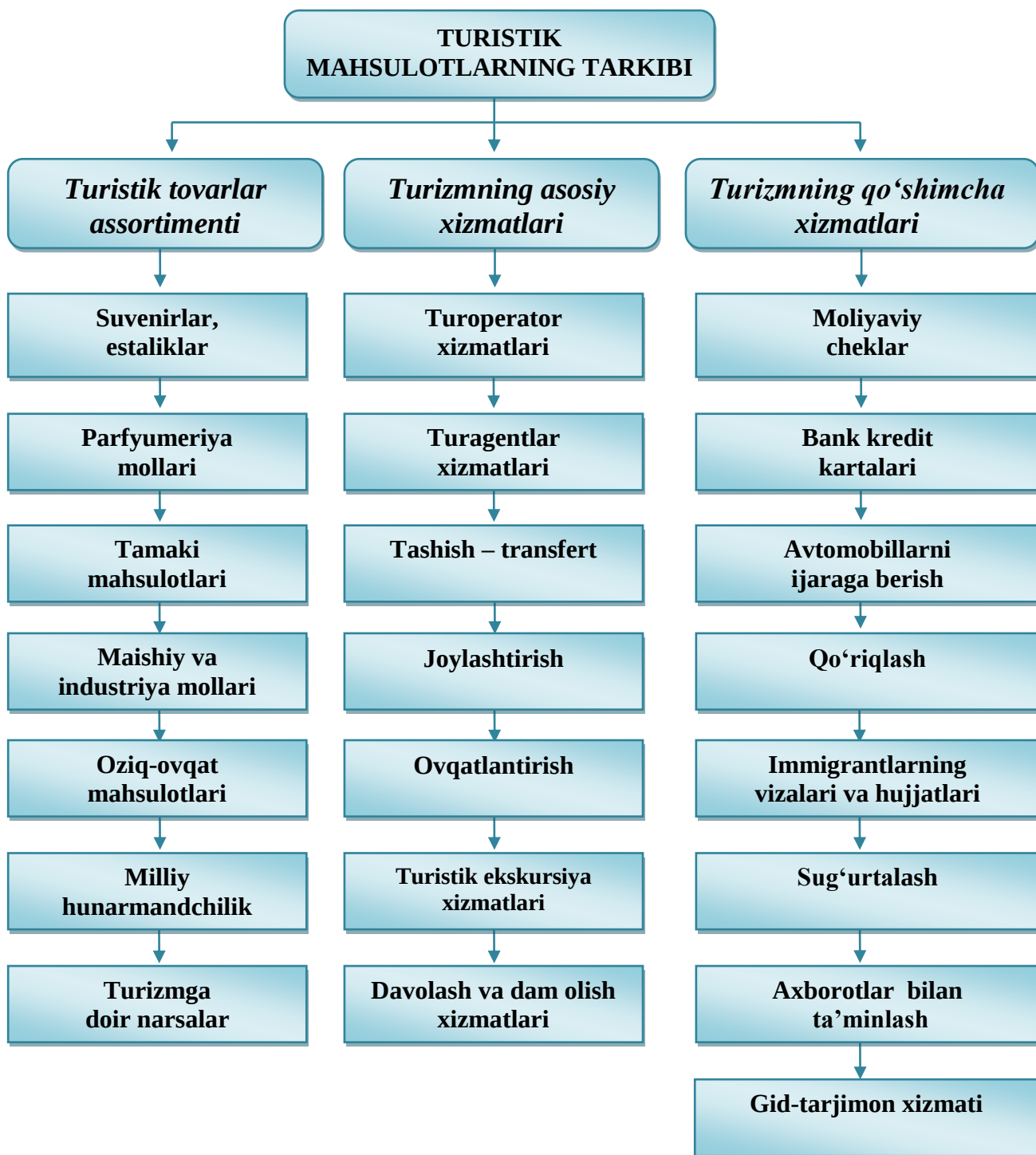
muddatlardagi turistik sayohat», deb belgilangan. Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib, turmahsulot bo'yicha turistik harajatlar tarkibi quyidagi holatda bo'ladi:



6.1-rasm. Turmahsulotning turistik harajatlar bo'yicha tarkibi

Turistik harajatlar tarkibida ko'rsatilganidek, turist sayohat uchun qiladigan umumiy harajatlarning o'rtacha 50 foizi –tur (turpaket)ni sotib olishga ishlatadi, 30 foizi – qo'shimcha turistik xizmatlardan foydalanishga sarflanadi, 20 foizi esa – tovar (sotib olish: suvenir va sovg'alar) harajatlarini tashkil etadi. Bundan ko'rinib turibdiki, asosiy xizmatlar turist harajatlarning asosini tashkil etsa-da, qo'shimcha xizmatlar uchun turist qolgan bor pulining aksariyat qismini sarflar ekan.

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



6.2-rasm. Turistik mahsulotning tarkibiy tuzilishi

6.3. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To‘rtta S» bilan ifodalanishi

Turizm xizmat ko‘rsatish jarayoni sohaning tashkil etuvchisi sifatida o‘z xususiyatlariga va funksiyasiga ega bo‘lib, bu uni xo‘jalik yuritishning avtonom

sohasi ekanligini belgilaydi. Boshqa xizmat turlari kabi turistik xizmatlar o'ziga xos xususiyatlarini shartli ravishda «To'rtta S» bilan belgilasak, quyidagi holatda bo'ladi:

1. Sezilmaslik. Turistik xizmatlar moddiy mahsulot bo'lib hisoblanmaydi. Ular ijtimoiy – madaniy (nomoddiy) sohalarga tegishli bo'ladi, chunki iste'molchini ijtimoiy-madaniy xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini jismoniy, etnik-intellektual, ma'naviy va h.k. ehtiyojini qondirish bo'yicha xizmatlarni ijro etuvchilar faoliyati aniqlaydi. Ularni harid vaqtida ko'z bilan ko'rish yoki ushlab ko'rish mumkin emas. Bunday xizmatlar ob'ekti bo'lib, shaxsan iste'molchi (turist) hisoblanadi.

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

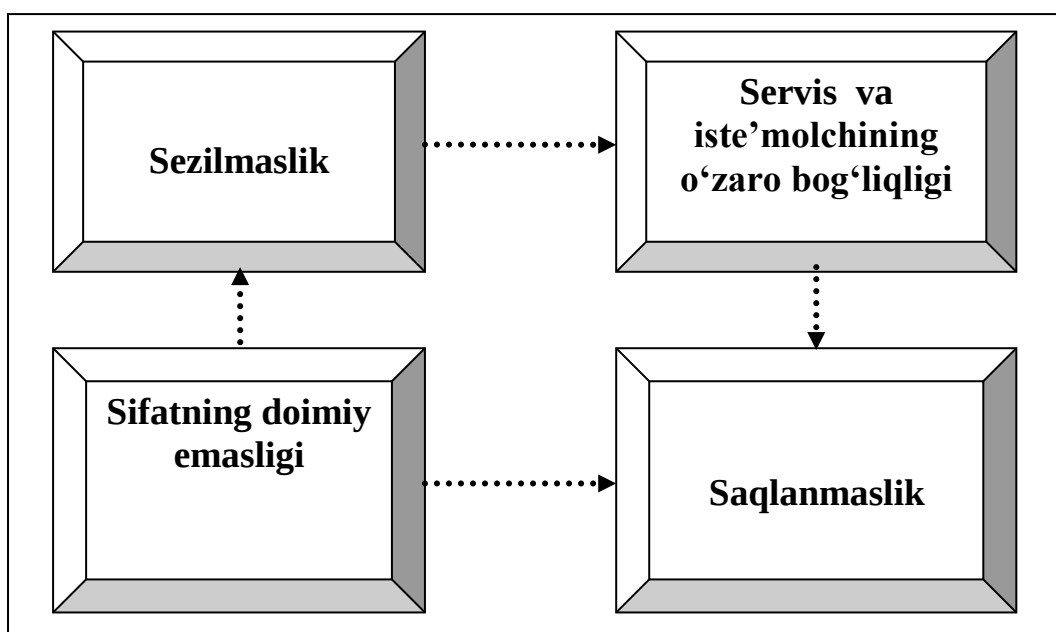
3. Saqlanmaslik. Turistik xizmatlarning saqlanmasligi (saqlash mumkin emasligi). Turistik xizmatlarning hayotiy sikli moddiy tovardan tubdan farq qiladi, xususan saqlash bosqichining mavjud bo'lmaganligi bilan turistik xizmatlarni saqlanmasligi bozor kon'yukturasini yaxshilab o'rganishni, talab va taklifni mutanosibligini talab etadi, chunki xizmatlar talab bo'lmagunga qadar «omborlarda» turib qoladigan mahsulot emas.

4. Sifatning doimiy emasligi (xizmatlar sifati ko'p hollarda manbaning holati, xizmat ko'rsatuvchining malakaviy tajribasi, kayfiyatiga bog'liq bo'ladi). Mehmondo'stlik sohasidagi xizmatlar o'zining o'zgaruvchanligi bilan ajralib

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

Ehtiyojning vaqtinchalik nobarqarorligi ehtiyoj yuqori bo'lgan davrda xizmat sifatini saqlashni muammoli qilib qo'yadi. Ko'p narsalar xizmat ko'rsatish vaqtida uni rad etish holatiga bog'liq bo'ladi. Aynan bir kishi bugun sizga yaxshi xizmat ko'rsatishi mumkin, ammo ertasi kuni sifatsiz xizmat qilishi mumkin. Bunday sifatsiz xizmat ko'rsatishni turli sabablari bo'lishi mumkin: xizmat sifatidagi o'sish va tebranishlar, mehmondo'stlik industriyasi sha'niga mijozlar tomonidan aytiladigan e'tirozlar norozilikning bosh sababi bo'lib hisoblanadi.

Turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari 6.3-rasmda keltirilgan.



6.3-rasm. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To'rtta S» bilan ifodalanishi

6.4. Xizmat ko'rsatish klasslari va xizmatlar paketi

Xizmat ko'rsatish klasslari taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini belgilash uchun ishlatiladi. Turistik mahsulot turli-tuman xizmatlar yig'indisidan iborat bo'lganligi uchun ularni turistga sotishda darajasini belgilash bilan bog'liq

muammolar kelib chiqadi. Turlar va xizmatlarning darajasini belgilash bo'yicha bizning mamlakatimiz bozorlarida ham xalqaro bozorda ham me'yoriy standartlar mavjud emas. Shuning uchun turoperator va turagentlar turni sotishda shartli ravishda tur bo'yicha xizmatlarni lyuks, birinchi klass, turistik klass, ekonom (iqtisod) klass qilib belgilaydi.

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

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

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

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

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

Xizmatlar paketi (to‘plami)

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

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

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

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

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

Turist tomonidan tanlangan xizmatlar tur dasturda shakllantiriladi, narxi hisoblanadi, uni turist turpaketga ega bo‘lgach to‘laydi. Odatda bunday

buyurtmalar agentliklarda shakllantiriladi va so'ng joriy qilish uchun turoperatorga yo'naltiriladi. Buyurtmalarni tez va sifatli ta'minlash uchun bugungi kunda xalqaro turizmدا turagentliklar va operatorlik kompaniyalari tomonidan zamonaviy kompyuter texnologiyalaridan foydalanmoqda. Xalqaro turizmدا paketni yaxlitlash muammolari, narxni hisoblash va turni sotishni operativ hal qilish uchun kompyuter va telefaks aloqasidan keng foydalaniladi.

Inklyuziv tur (IT) Bu oldindan rejalashtirilgan va dam olishning yoki turizmning ma'lum turi, hamda turistlarning ma'lum ijtimoiy guruhiga va uning yoniga yo'naltirilgan qat'iy xizmatlar to'plamidir. Eng ko'p tarqalgan inklyuziv turlar deb, marshrutli turlarni aytish mumkin. Ya'ni bunda turistlar guruhi avtobusda bir nechta shaharlar va mamlakatlar bo'ylab sayohat qiladi. Ushbu turning o'ziga xos xususiyatlari (sayohat grafigi va muddatlari bilan qat'iy bog'langan, barcha uchun yagona dastur) uning buyurtmali bo'lishiga yo'l qo'ymaydi. Kruiz turlar, hobbi turlar ham inklyuziv turlardir. Inklyuziv turlarni sotishda xizmatlar tarkibi o'zgarmaydi. Turist bunday turni to'lig'icha sotib olishi yoki undan butunlay voz kechishi mumkin. Inklyuziv turlar barqaror talabga ega taniqli turizm va dam olish maskanlaridagi marshrutlarda tashkillashtiriladi va taklif etiladi. Inklyuziv turlar narxining katta qismini joylashtirish va ovqatlanish to'lovlari tashkil etadi. Xalqaro (avia) havo transportlari assotsiatsiyasi talabiga binoan, inklyuziv turlar o'z ichiga 3 tadan kam bo'lmagan xizmatlarni: aviauchish, joylashtirish butun marshrut bo'ylab sayohat va yuqoridagi 2 tasi bilan bog'liq bo'lmagan biror xizmatni (ekskursiya, avtomobil ijarasi va h.k.) oladi.

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

- umuman olganda, majmualiy sayohat alohida sotib olinadigan xizmatlar to'plamidan arzondir;
- narxlari oldindan ma'lum bo'lganligi uchun turagentlarning turistlarga qanday marshrutni tanlash borasida maslahat berishlari oson kechadi. Bunda dasturlar ham oldindan belgilangan bo'ladi;

- o‘z mahsulotining jozibadorligini ko‘rsatish uchun ko‘proq imkoniyat bo‘ladi.

Inklyuziv turlarning kamchiliklari:

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

- dasturning haddan tashqari to‘yinganligi;

- bunday turning reklamasi iste’molchilarning faqatgina bir qismini jalb qilishi mumkin.

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

Turto‘plam (turpaket) – iste’molchilarga guruhli yoki individual variantlar bo‘yicha taqdim etiladigan xizmatlar to‘plamiga kiradi. Turpaketni tashkillashtirishga ta’sir etuvchi omillar:

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

Shuni ta’kidlash lozimki, siyosiy barqarorlik omili turoperator tomonidan o‘zining strategiyasini ishlab chiqishda muhim hisoblanadi. Turizmda Suriya, Levandagi voqealar, Misrdagi terroristik portlashlar bilan bog‘liq hodisalar

talabning keskin pasayish hollariga olib keladi. Ushbu yo‘nalishlarga ixtisoslashgan turoperatorlar katta yo‘qotishlarni boshdan kechirdilar. Ammo shuni ham ta’kidlash lozimki, ushbu hududlarda vaziyat barqaror bo‘lishi bilan turistlar oqimi yana kuchaya boshlaydi. Berlindagi xalqaro turizm birjasida qayd etilganidek, turist xavf-xatarni yengib o‘tishga moyil. Siyosiy barqarorlik qayta yaxshilangan mamlakatlarda, shu bilan birga turpaketning narxlari arzonlashganda turistik oqim yana kuchaya boshlaydi.

Turpaket narxi. Turpaketning muvafaqqiyatiga ta’sir etuvchi eng muhim omil bu – narxdir. Ommaviy bozor turoperatorlari asosan raqiblar narxiga asoslanib narx belgilashadi, ayniqsa turpaketlarga talab pasayganda (o‘lik mavsumda). Turpaket narxini aniqlashda turoperatorlar bozor yetakchilari narxlariga amal qilishadi. Yirik turoperatorlar harajatlarni kamaytirishadi va shu bilan raqiblarining narxlashtirishda omadga erishishlariga yo‘l qo‘ymaydi. Eng ko‘p qo‘llaniladigan narxlashtirish usullaridan biri bu harajatlarga asoslangan narxlardir, ya’ni mahsulot tannarxi hisoblanadi va daromadning ma’lum foizi qo‘shiladi. Turpaket narxiga kiruvchi daromad foizi qo‘shimcha harajatlarni qoplash, fondlarga ajratmalar, maosh va sof daromadni hisoblash orqali aniqlanadi va 15 % dan 30% gacha bo‘ladi.

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

Tayanch so‘z va iboralar: Turistik mahsulot, tur, individual turlar, guruhli turizm, xizmat ko‘rsatish klasslari, «Lyuks klass», «Iqtisod klass», xizmatlar paketi (to‘plami), majmual xizmat ko‘rsatish, buyurtmali tur, inklyuziv tur, tur paket, turistik xizmatlarning xususiyatlari, «To‘rtta S», sezilmaslik, servisni va iste’molchini o‘zaro bog‘liqligi, saqlanmaslik, sifatning o‘zgaruvchanligi.

7-mavzu. TURIZM SOHASIDA JOYLASHTIRISH XIZMATLARI

Reja:

7.1. Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari

7.2. Mehmonxonalarning turlari va tasnifi

7.1. Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari

Joylashtirish – turizm industriyasining eng muhim bo‘g‘inlaridan biri hisoblanadi. Mehmonxona xo‘jaligi insoniyat tarixidagi har qanday ijtimoiy formatsiyaga xos bo‘lgan, mehmonni hurmat qilish, uni qabul qilib olish va xizmat ko‘rsatish tantanalari kabi eng qadimgi an‘analaridan kelib chiqadi. Shuni ta’kidlash kerakki, mutlaqo tranzit turistlar va ekskursion xizmat ko‘rsatish hisobiga yashaydigan turistik markaz va joylar mavjud.

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

Mehmonlarni ro‘yxatga olish, ularning kelishi va ketishini boshqarish, mehmonlarga turli-tuman xizmatlar ko‘rsatish mehmonxonaning ma‘muriy qismida amalga oshiriladi. Mijozlarga xizmat ko‘rsatishni tashkil etish ishining murakkabligi turli-tuman ishlar nomenklaturasining kattaligida bo‘lib, bu ularni bajarish vaqtini kelishishda muayyan qiyinchiliklar tug‘diradi. Mehmonlar oqimi har xil: keluvchilar, ketuvchilar, yashovchilar. Mehmonlarga xizmat ko‘rsatishda mehmonxona xodimlari ham, boshqa korxonalar (tashkilotlar, muassasalar)ning xodimlari ham ishtirok etadiki, bu ushbu xonalar guruhida samarali texnologiyalarni ta‘minlashni og‘irlashtiradi.

Joylashtirish xizmati asosan quyidagi ishlarni o‘z ichiga oladi:

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

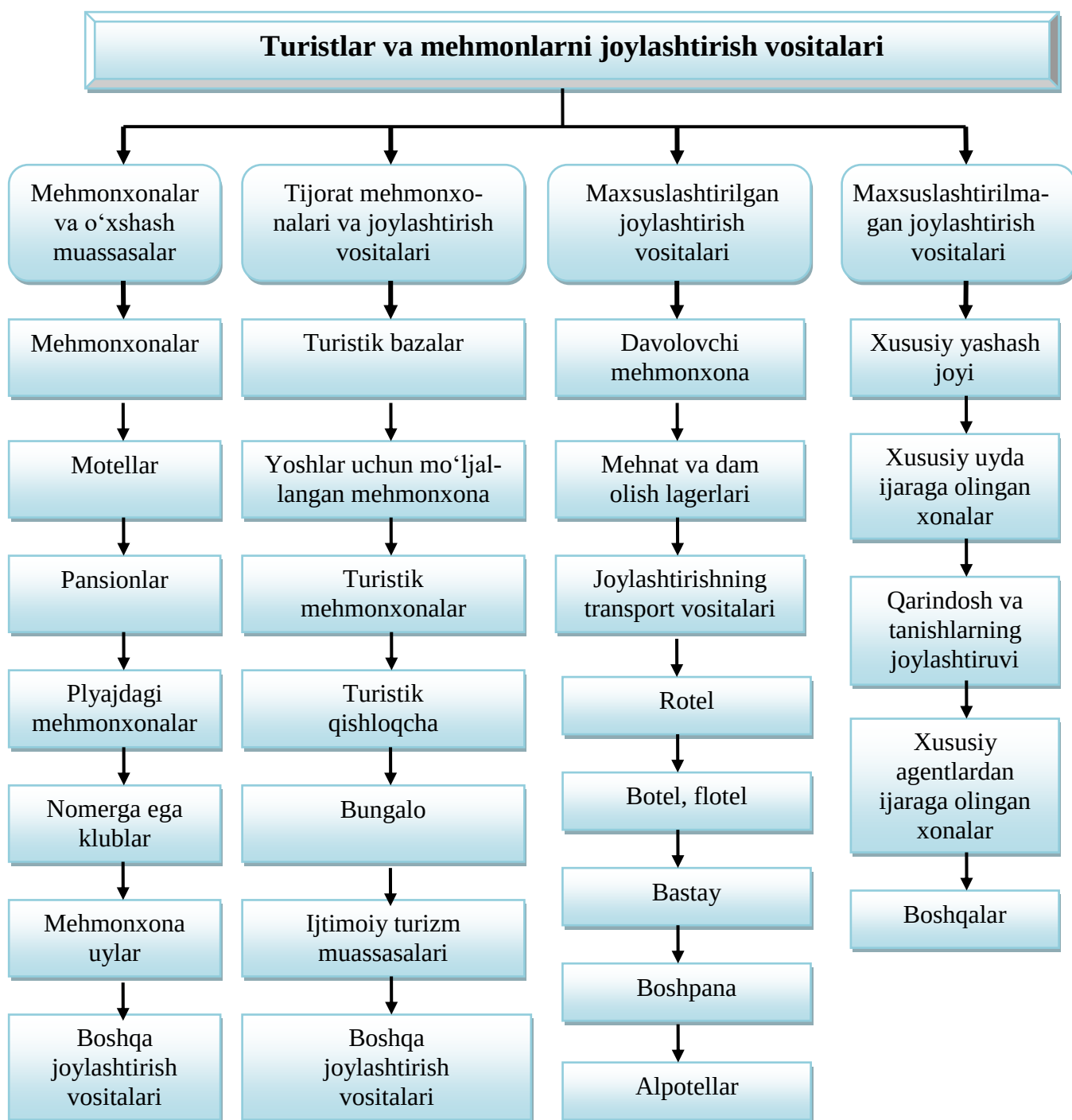
- mehmonlar nomerda yashashi davrida ularga xizmat ko‘rsatish, yashash muddatini uzaytirish, mehmonni bir nomerdan boshqa nomerga o‘tkazish (zarur hollarda), yashash uchun haq olish, mijozning xohishiga qarab unga qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatishni o‘z ichiga oladi.

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

Qabul qilish xizmatining ishini yengillashtirish uchun axborot hisoblash tizimlari ishlab chiqilgan va tatbiq etilmoqda. Umumiy holda axborot hisoblash tizimi quyidagi to‘rt funksional qismdan tashkil topadi:

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

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



7.1-rasm. **Turistlar va mehmonlarni joylashtirish vositalari**

Mehmonxona qator qo‘shimcha pullik xizmatlar ko‘rsatadi. Jumladan zarur axborot olish, pasportlar va turistik hujjatlarni rasmiylashtirish, ekskursiyaga ro‘yxatga olish, valyuta ayirboshlash, teatr, muzey, konsert zallari, stadionlarga chiptalar sotish, samolyot, po‘ezd va boshqa qatnov vositalariga chiptalarni buyurtma qilish, ijaraga avtomobil olish shular jumlasidandir. Ayrim

mehmonxonalarda ish yuzasidan tashrif buyurgan mijozlar uchun biznes markazlari tashkil etiladi. Markaz mijoz ishlashi va kasbiy ta'lim olishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi. Biznes markazida hujjatlarni tarjima qilish, qayta chop etish ishlari bajariladi, kompyuter xizmatlari ko'rsatiladi. Markaz teleks va faksimil aloqa vositalari, videomagnitofon va proyeksion apparatlar bilan jihozlanadi.

Mehmonxona nomeri ko'p funksiyali ahamiyatga ega bo'lib, u mijozning tunashi, dam olishi, ovqatlanishi, yuvinishi, ishlashi, muloqot qilishini ta'minlaydi. Nomerda mehmonning shaxsiy buyumlari saqlanadi. Nomerlar o'rinlar soni, xonalar soni, maydoni, jihozlanishiga qarab tasniflanadi. Jahon amaliyotida bir yoki ikki kishiga mo'ljallangan bir xonali nomerlar ayniqsa keng tarqalgan. Ayrim mehmonxonalarda har bir yashovchiga nisbatan bir xonali nomerlar ulushi nomer fondining 60-100% ga yetadi. Nomerlarda mebel nomerning gabariti, devorlarining oralig'i, isitish xususiyatlari, texnologik ko'rsatkichlariga qarab joylashtiriladi. Mebel foydalanuvchi uchun qulay bo'lishi, sanitariya va ergonomika talablariga javob berishi, mijozlar didiga mos kelishi kerak.

Appartamentlar soni nomerlar umumiy miqdorining 10% dan oshmaydi. Ular xonalarining soni va vazifasiga, hojatxonasi va vannasiga, dahlizi va maydoniga ko'ra har xil bo'ladi.

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

Joylashtirish xizmati nomer fondining ekspluatatsion holati hisobini yuritadi. Har bir nomerni tayyorlash va unga mijozlarni joylashtirishning kundalik tafsilotlariga quyidagilar kiradi: nomer mijozni joylashtirishga tayyorlangan payt;

mijozlar kelgan va ketgan paytlar; mijozlarning familiyasi, ismi, otasining ismi; nomer bo'sh qolgan soatlar; yashash narxi va summasi; qo'shimcha xizmatlar narxi va ularga haq to'lash; bronga qo'yish vaqti, nomer ta'mirlashda, sanitariya ishlovi berishda bo'lgan vaqt. Xalqaro statistika bo'yicha mehmonxonalardagi turistlarning talab va ehtiyojlari:

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



Mehmonxonaning qabul qilish bo'limi



Mehmonxona nomerining ko'rinishi

7.2. Mehmonxonalarning turlari va tasnifi

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

– ishbilarmonlar uchun – umumiy tipda, idoraviy, yig‘ilishlar, kengashlar va h.k. uchun;

– dam olish uchun mehmonxonalar – turistik, kurort mehmonxonalari, avtoturistlar uchun, motellar, kempinglar;

– mehmonxonalarning maxsus turlari – tranzit yo‘lovchilar uchun, sportchilar uchun va boshqalar uchun quriladi.

Mamlakatimizda asosan ma’lum ish yuzasidan nisbatan qisqa muddatga keluvchi odamlarga shuningdek, har xil maqsadda sayohat qilayotgan fuqarolarga mo‘ljallangan umumiy tipdagi mehmonxonalar keng tarqalgan. Bunday mehmonxonalar shaharning markaziy qismida, jamoat, ma’muriy, savdo markazlari yaqinida joylashadi va shaharning turli tumanlari bilan yaxshi transport aloqasini nazarda tutadi. Mazkur mehmonxonalar odatda maxsus ko‘kalamzorlashtirilmagan nisbatan kichkina yer maydonlariga ega bo‘ladi. Umumiy tipdagi mehmonxonalarning nomerlar fondi asosan bir, ikki o‘rinli va ko‘pincha uch o‘rinli nomerlardan tashkil topadi. Bu nomerlarda, qoida tariqasida, ishlash uchun joy mavjud bo‘ladi. Mehmonxonalarda aloqa bo‘limi, ayrim hollarda – bank bo‘limi ishlab turadi, muzokara va yig‘ilishlar o‘tkazish uchun alohida joylar nazarda tutiladi. Mehmonxonalarning quyidagi tipologiyasi jahon amaliyotida ularni har birini batafsil tafsiloti bilan aniq ifodalangan ko‘rinishi 7.1-jadvalda berilgan.

7.1-jadval

Mehmonxonalar tipologiyasi

Mehmonxona-larning xili	Tavsifi
Otel-lyuks	O‘z sig‘imi bo‘yicha mehmonxonaning mazkur tipi kichik yoki o‘rta korxonalar safiga kiradi. Odatda shahar markazida joylashadi. Yaxshigina ta’lim olgan personal-xodim konferensiya, xizmat uchrashuvlari ishtirokchilari biznesmenlar bo‘lib hisoblangan talabchan mijozlarga servisning juda yuqori darajasini ta’minlaydi. Barcha xizmat turlarini o‘z ichiga oluvchi nomerlarning narxlari ancha qimmat turadi.

O'rta (klass) bo'g'inli mehmonxona	O'z sig'imi bo'yicha oteldan katta (400-200 o'rinli) shahar markazida yoki shahar atrofida joylashgan. Yetarli darajada keng xizmatlar turini taqdim etadi, ulardagi narxlar u joylashgan mintaqa darajasiga teng yoki undan bir muncha yuqoriroq bo'lishi mumkin. Biznesmenlar, xususiy turistlar, kongress, konferensiya ishtirokchilari va h.k.ni qabul qilishi mumkin.
Mehmonxona-apartament (apart-otel)	Sig'imi bo'yicha kichik yoki o'rta o'lchamli (400 o'ringacha) yirik shaharning doimiy bo'lmagan aholisi uchun xosdir. Vaqtinchalik turar joy sifatida ko'p yillardan beri o'z-o'ziga xizmat ko'rsatishdan foydalaniladigan kvartira (ijara) tipidan tashkil topadi. Mehmonxonaning mazkur tipida narxlar qoidaga ko'ra joylashuv muddatiga bog'liq ravishda (turlanib) to'lanadi. Uzoq muddatga to'xtab o'tuvchi oilaviy turistlarga, biznesmenlarga va ijarachilarga xizmat ko'rsatadi.
Iqtisodiy bo'g'in (klass) mehmonxonasi	Kichik yoki o'rta sig'imli korxonalar (150 o'rinli va undan ortiq) magistral yo'l yoqalarida joylashadi. Xizmatlar to'plamini cheklanganligi, oddiy va tez xizmat ko'rsatish bilan ajralib turadi. Iste'molchilari – ko'rsatilgan (iste'mol qilingan) xizmatlar uchun haqiqiy to'lovni amalga oshirishga intiluvchi va to'liq pansionga muhtoj bo'lmagan biznesmenlar, xususiy turistlar uchun mo'ljallangan.
Otel-kurort	O'z sig'imi bo'yicha mehmondo'stlikning to'liq xizmatlar to'plamini taklif etish bilan ajralib turadigan korxona. Bundan tashqari, bu yerda parhez taomlar va maxsus tibbiy xizmat ko'rsatish majmuasini olish mumkin. Kurort mintaqalarida joylashadi.
Motel	Shahar tashqarisida, shahar bo'yida, magistral yo'l yoqalarida joylashgan oddiy bir yoki ikki qavatli binolar. Bu kichik yoki o'rta korxonalardir (400 o'ringacha). Kam sonli xodimlarni o'rta darajali xizmat ko'rsatishi xarakterlidir. Mijozlari bo'lib havaskor avtoturizmiga urg'u berilgan turli kategoriyadagi turistlar hisoblanadi.
«Tunash va nonushta» xilidagi xususiy mehmonxona	AQShda keng tarqalgan. Bu mehmonxona kichik (ba'zida o'rta) sig'imli. Shahar atrofida yoki qishloq joylarda joylashgan. Xizmat ko'rsatishga, qoidaga ko'ra, nonushta va uy sharoitidagi yengil tamaddi kiradi. Mijozlari bo'lib uy sharoitiga intiladigan tijoratchilar va shu yo'nalishdagi turistlar hisoblanadi.
Otel-garni	Mijozlarga cheklangan miqdordagi xizmatlarni: joylashuv va kontinental nonushtani taqdim etuvchi korxonalar.
Pansion	Xizmatlar darajasini cheklanganligi va oddiy standartli korxonalardir. Otel-garnilardan farqli ravishda bu yerda

	nonushta, tushlik va kechki ovqat (to'liq pansion) taqdim etiladi. Biroq ovqatlanish xizmati faqat mijozlargaгина ko'rsatiladi.
Mehmonxona-hovli	Otellardan sig'imi, xizmat ko'rsatishi, sodda standartligi bilan ajralib turuvchi korxona, uchrashuvlar va mehmonlar tashrifi uchun qator jamoa xonalarining mavjud emasligi bilan ajralib turadi. Mehmonxona-hovli tarkibi (strukturasi)da restoran yoki barning mavjud bo'lishi majburiydir.
Rotel	Tunash uchun mo'ljallangan kreslolar joylashtirilgan bir yoki ikki o'rinli vagonlardan tashkil topuvchi harakatlanadigan mehmonxonadir. Xojatxona, oshxona, muzlatgich va kiyinish uchun mo'ljallangan xonalar mavjud.
Botel	Mos ravishda jihozlangan kichik kema sifatida foydalanuvchi, suvdagi uncha katta bo'lmagan mehmonxona.
Flotel	Ko'p xollarda «suvdagi kurort» deb nomlanuvchi katta mehmonxona. Turistlarga keng turdagi xizmatlarni taqdim etuvchi shinam nomerlar: basseyn, suv chang'ilari, baliq ovlash uchun sharoit yaratadigan, suv ostida suzish, suv osti ovi, trenajer zallari, konferensiya va kongresslar uchun zallar, kutubxona, turli-tuman ta'minotlar (telefon, telefaks, teletayp, televizor, va x.k). So'nggi vaqtlarda turlarga o'qituvchi kongress-kruizlar, kongress-turlar, biznes-turlarni tashkil etish uchun foydalaniladi.
Flaytel	Agromehmonxona yoki «uchuvchi otel». Favqulodda qimmat va mehmonxonani kamyob turi hisoblanadi. Qo'nish maydonchasi va meteorologik xizmat aloqalari bilan jihozlangan.

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

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

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

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

Jahon amaliyotida bir mamlakat doirasida bir nechta tasniflash tizimlari amal qiladi. Masalan, Buyuk Britaniyada «tojlar» tizimi bilan bir qatorda, Britaniya turistik agentliklar uyushmasi – «*British Travel Authority*» (BTA) tomonidan taklif qilingan tasniflash tizimi qo‘llaniladi. Buyuk Britaniyada amal qiluvchi «tojlar» tizimini «yulduzlar» tizimi bilan uyg‘unlashtirish uchun «tojlar»ning umumiy miqdoridan bitta «yulduz»ni ayirish kerak (masalan, to‘rt «tojli» daraja uch «yulduzli» darajaga teng). Yuqorida ko‘rib chiqilgan Britaniya agentliklari uyushmasi tomonidan taklif qilingan mehmonxonalarni tasniflash tizimi ham shunday muvofiqlikni nazarda tutadi:

- byudjet mehmonxonalari – 1 yulduz;

- turistik toifa mehmonxonalari – 2 yulduz;
- o‘rtacha toifa mehmonxonalar – 3 yulduz;
- birinchi toifa mehmonxonalari – 4 yulduz;
- oliy toifa mehmonxonalari – 5 yulduz.

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

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

qulayliklar.

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

- turistik toifa – 1 yulduz;
- standart toifa – 2 yulduz;
- komfortli toifa – 3 yulduz;
- birinchi toifa – 4 yulduz;
- lyuks – 5 yulduz.

Boshqa tasniflash tizimlari ham o‘zining «yulduzlar» tizimiga muvofiqligini belgilashga harakat qiladi. Masalan, Gresiyada A toifa mehmonxonalari to‘rt

yulduzli darajaga, B toifa mehmonxonalari uch yulduzli darajaga, C toifa mehmonxonalari ikki yulduzli darajaga, D toifa mehmonxonalari bir yulduzli darajaga mos keladi. Italiyada birinchi toifa mehmonxonalar shartli ravishda to‘rt yulduzli darajaga, ikkinchi toifa mehmonxonalar uch yulduzli darajaga, uchinchi toifa mehmonxonalar ikki yulduzli darajaga mos keladi.

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

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

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

8- mavzu. TURIZM SOHASIDA OVQATLANTIRISH XIZMATLARI

Reja:

8.1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari

8.2. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlarining turlari va tasnifi

8.1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari

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

Dunyo bo‘yicha ovqatlanish korxonalarining yagona tasniflari mavjud emas. Lekin, shunga qaramasdan ko‘p mamlakatlarda ommaviy tarqalgan ma’lum bir ko‘rinishdagi (tipdagi) ovqatlanish korxonalari ajratilib ko‘rsatiladi. Milliy oshxonaga ega bo‘lgan restoranlar ham mavjud bo‘lib, ular italyancha, xitoycha, grekcha, turkcha, inglizcha, amerikacha, hindcha, fransuzcha, nemischa kabi restoranlar bilan mashhur. Ularning ayrimlari narxlarining juda arzonligi bilan ajralib tursa, ayrimlari esa qimmatliligi bilan ajralib turadi.

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

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

Nonushta masalasida eng yaxshisi shundaki, turist mehmonxonadan tashqariga chiqmasligi kerak, garchi ovqatlanish joylari nazarda tutilmagan, turistlarga esa yaqinroqda joylashgan restoranda ovqatlanish mumkinligi tavsiya qilingan joylashtirish vositalari ham mavjud bo'lsada. Bunday hollarda joylashtirish xizmatining narxi keskin pasayib ketadi.

Ovqatlantirishni tashkil etish turistning sog'ligini ham hisobga olgan bo'lishi kerak. Noto'g'ri ovqatlanish, yomon tayyorlangan ovqat zaharlanishga olib kelishi mumkin. Masalan, 40% gacha turistlar Misr va Hindistonga

borganlarida diareyadan aziyat chekadilar. Ayniqsa, ko'chadagi mayda sotuvchilar qo'lidagi suv va ovqat shuningdek, restoranlardagi sifatsiz taomlar xavflidir. Ayrim toifadagi turistlar ruhida diniy belgilar bo'yicha umumiy qabul qilgan cheklanishlar (cho'chqa go'shtini iste'mol qilmaslik, ro'za tutish), vegetarianlarni o'ziga xos talablari, bolalar ovqati talablarini ham hisobga olish kerak. Ovqatlanishga bo'lgan bunday talablarning o'ziga xosligini turistlar tur sotib olayotganlarida ko'rsatishlari kerak.

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

Shuningdek, turistlarni turli xildagi servislardan foydalanishi uchun imkoniyatni yaratib qo'yish kerak. Turistlarni qabul qilish va ularga sifatli xizmat ko'rsatish maqsadida xodimlar restoran korxonasidagi mebellarni joylanishiga ham e'tibor qaratish kerak, stollarni to'g'ri chiziqli yoki shaxmat tartibida o'rnatish, o'rtalaridan bimalol yura oladigan bo'lishi, shuningdek, boshqa jihozlarni ham turistlarni xohish irodasi, qaysi yurtdan kelayotganini va hokazolarni hisobga olgan holda ta'min etish kerak.

Xalqaro turistlarni ovqatlantirish turizm faoliyatida turistlar uchun xizmat ko'rsatishning muhim qismini tashkil etadi. Shuning uchun ham turistlar uchun xizmat ko'rsatish turi ikki qismdan iborat: birinchisi - oshxona va boshqa oziq-ovqatlarni sifati va assortimenti, ikkinchisi-oziq-ovqat va xizmatlarni iste'molchilarga sotishda sifat jarayonini takomillashtirishdir. Sifat va assortiment

umumiy ovqatlantirish korxonalarining turiga va uni turli kategoriyalariga qaramasdan barcha uchun bir xil ahamiyatga egadir.

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

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

- beriladigan taom, dessertning issiq sovuqligi va taom sifatini yuqori darajada tashkil etish;
- restoranda beriladigan taomlar assortimentining turli-tumanligi, ichimlik va boshqa mahsulotlar turi bo'yicha mijozlarga mos kelishi;
- ovqatlanish jarayonida xizmat ko'rsatilayotgan shaxsga nisbatan xushmuomalada bo'lish, menyu-kartochkalaridan haridorning o'zi foydalanishi, haridorlar talab-ehtiyojlariga xushyor bo'lib turish lozim. Buyurtmachining buyrug'ini bajarilish tezligi va ovqatlanib bo'lgandan so'ng taom haqqini to'lash usulini qo'llash;
- taom iste'mol qilinadigan vaqtda mijozlarga xizmat ko'rsatish, ofitsiantlarni vino va ichimliklarni ryumka va fujerlarga quyish, ular stoliga xizmat ko'rsatish jarayonida ofitsiantlar barcha qoidalarga rioya qilishi shart;
- zaldagi tozalik va shinamlikni ta'minlash, madaniy inson didiga javob berishi, xizmat ko'rsatiladigan shaxslarga zallarda boshqa sharoitlar yaratishi zarur; shaxsiy gigiyena, tashqi ko'rinish restoran kategoriyalariga javob berishi kerak.

Ovqatlanish sohasida taom va ichimliklarni o'rnatilgan sertifikatli va standartlar asosida va belgilangan narxlarda iste'molchilarga yetkazish asosiy talablardan biridir.

8.2. Turizm sohasida ovqatlantirish turlari va tasnifi

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

Prezidentimiz tomonidan 2006-yilda e'lon qilingan, «O'zbekiston Respublikasida 2006–2010-yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarorida belgilangan vazifalarni amalga oshirish xizmat ko'rsatish sohasi, jumladan, umumiy ovqatlanish sohasini, uning faoliyati, turizm sohasidagi o'rni va ahamiyati bo'yicha tadqiqotlar olib borish, soha taraqqiyotining konseptual yo'nalishlarini ishlab chiqishni taqozo etadi. Shuningdek, xizmat ko'rsatish sohasi rivoji xalqimiz farovonligining oshishiga bevosita ta'sir qiladi. Umumiy ovqatlanish korxonalari turli xususiyatlariga ko'ra tavsiflanadi va tasniflanadi. Umumiy ovqatlanish sohasi sub'ektlarini quyidagi 10 ta belgiga ko'ra tasniflanishi 8.1- jadvalda ko'rsatilgan.

Umumiy ovqatlanish sohasi sub'ektlarini tasnifiy belgilari va turlari bo'yicha bir-biriga to'g'ri keladigan jihatlari jadvalda ko'rinib turibdi. Ushbu jadvalni tahlil qilganimizda unda ko'rsatilgan ayrim belgilarni biz yuqorida ko'rib o'tdik. Faoliyat muddatiga ko'ra esa – doimiy va mavsumiy turlarga bo'linadi. Mamlakatimizga tashrif buyuruvchi turistlar mavsumiy davrda kelganliklari uchun biz ularga doimiy shaklda xizmat ko'rsata olmaymiz. Shuning uchun biz faoliyat

muddatiga ko‘ra yilning ma’lum mavsumlarida, kunning aniq bir ovqatlanish davrida turistlarga xizmat ko‘rsatamiz. Bundan ko‘rinib turibdiki, turizm faoliyatida ovqatlantirish xizmati aniq bir vaqtni belgilashni talab qiladi.

8.1-jadval

Umumiy ovqatlanish sohasi sub’ektlarining tasniflanishi⁹

№	Tasnifiy belgilari	Tasniflanishi
1.	Maqomiga ko‘ra	-jismoniy shaxs maqomiga ega yakka tartibda faoliyat yurituvchi sub’ektlar; -huquqiy shaxs maqomiga ega sub’ektlar (korxona va tashkilotlar).
2.	Mulk shakliga ko‘ra	-shaxsiy yoki xususiy mulkka asoslangan korxonalar; - jamoat mulkiga asoslangan korxonalar; - davlat mulkiga asoslangan korxonalar; - aralash mulkka asoslangan korxonalar; -xorijiy davlatlar va fuqarolar mulkiga asoslangan korxonalar.
3.	Joylashuviga ko‘ra	- shaharlarda; - qishloqlarda; - mehmonxonalar qoshida; - mahalla markazlarida; - ta’lim muassasalari qoshida, vagonlarda; - dam olish va sog‘lomlashtirish oromgohlarida; - ishlab chiqarish korxonalarida; - turli xildagi klublarda; - bozorlar qoshida; - avtotrassa bo‘ylarida; - aeroportlarda; - portlarda; - kemalarda; - boshqa ruxsat etilgan joylarda.
4.	Xizmat shakliga ko‘ra	- o‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatuvchi shved stoli usulida; - ofitsantlar xizmatidan foydalanuvchi; - aralash; - mahsulotlarni yetkazib beruvchi (uyga, dam olish

⁹ Шарипов Т. С. Умумий овқатланиш корхоналари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш (Самарқанд вилояти мисолида) и.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. - С.: СамИСИ, 2010.

		joylariga, ish joylariga); - ko'chma xizmatni amalga oshiruvchi.
5.	Xizmat darajasiga ko'ra	- lyuks; - oliy; - birinchi; - ikkinchi; - uchinchi daraja.
6.	Tashkiliy tuzilishiga ko'ra	- tizimli; - mustaqil.
7.	Ixtisoslashuviga ko'ra	- ixtisoslashmagan; - ixtisoslashgan (mahsulotlar assortimenti bo'yicha, ma'lum millatlar taomlari bo'yicha, milliy taomlar bo'yicha, iste'molchilar guruhlar bo'yicha, xizmatlar bo'yicha).
8.	Faoliyat muddatiga ko'ra	-doimiy (yil davomida, butun sutka davomida); -mavsumiy (yilning ma'lum mavsumlarida, kunning aniq bir ovqatlanish davrida).
9.	Tashkiliy shakliga ko'ra	- restoran; - kafe; - bar; - oshxona; - choyxona; - bazmgoh – to'yxona; - tamaddixona va boshqalar.
10.	Joylashuvi va harakatiga ko'ra	- statsionar (muqim bir joyda turuvchi); - harakatdagi (avtooshxona, vagon-restoran, kupe-bufet, avto-bufet va boshqalar).

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

- realizatsiya qilinadigan mahsulotlar assortimenti, ularni tayyorlashdagi turli-tumanlik va murakkablik;
- texnik jihozlanish- moddiy baza, injener-texnik jihoz va uskunalar bilan ta'minlanishi, bino tizimi, arxitektura-rejalarishi va h.k.;

- xizmat qilish usullari;
- xodimlarning malakalari;
- xizmat ko'rsatish sifati, binoning ichki bezagi, ahloq-odob, muomala, estetika va h.k.

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

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

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

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003- yil 13- fevraldagi 75-sonli qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanish mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalari»da umumiy ovqatlanish korxonalari quyidagi turlarga bo'linadi va ularga quyidagicha tavsif beriladi¹⁰.

¹⁰ Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 13 февралдаги 75-сонли қарори билан тасдиқланган «Ўзбекистон Республикасида умумий овқатланиши маҳсулотларини (хизматларини) ишлаб чиқариш ва сотиш қоидалари»

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

Xorijiy turistlarga xizmat qiladigan restoran ofitsiantlari birorta chet tilini bilishi va mehmonlar bilan gaplasha olishi lozim. Restoranlar ayrim mijozlargagina xizmat qilish bilan cheklanmaydi. Davlat miqiyosidagi katta anjumanlar, majlislar, konferensiya, seminar, rasmiy kechalar, qabul marosimlari, to'ylar, oila tantanalari, banket, tematik kechalar va boshqalarga xizmat qiladi. Restoranlarda mijozlarga, katta yig'inlar, kengashlar, konferensiya qatnashchilariga taomning to'la ratsioni beriladi. Restoranlar markaziy, odamlar gavjum ko'chalarda, temir yo'l, avtomobil vokzallarida, aeroportlar, kemalar to'xtash joylarida, teploxod, dengiz kemalarida, suzuvchi dam olish uylarida, shuningdek, stadion, shaharlararo xududlarda, ma'muriy, tomosha maskanlari majmualarida, tarixiy va arxitektura yodgorliklari joylashgan yerlarda, O'zbekiston sharoitida katta bozorlar, o'yingohlar yaqinida ochiladi. Ko'pgina restoranlarda bayram kuni oldidan, shanba va yakshanba kunlari milliy taomlar ta'mini aniqlash (degustatsiya) tadbiri o'tkaziladi. Ba'zi restoranlar faoliyatida oilaviy ovqatlanish tajribasi amalga oshirilmoqda. Xizmatning bu turida maxsus taomnoma tuziladi, bunda yosh bolalar hisobga olinadi.

Lyuks toifadagi restoranda buyurtma va firma taomlaridan tashqari, taomnomada yozilmagan taomlarning buyurtmasini ham qabul qilish mumkin. Restoranda mahsulotlar assortimentida shokolad, konfetlar, xo'l mevalar va boshqalar bo'lishi kerak. Lyuks va oliy toifadagi restoran vitrinalari turli manzarali badiiy materiallar, optik yoritkichlar, rangli diapozitivlar, fotosuratlar bilan bezatiladi. Vitrinalar shunday yasatiladiki, unda korxonaning faoliyati yaqqol

ko‘rinadi, oshxonaning o‘ziga xos xususiyati, mijozlarga ko‘rsatiladigan xizmat majmui aks etadi. Oshxonalarda foydalaniladigan matodan qilingan buyumlar - sochiqlar, dasturxon, salfetskalar, qo‘l sochiqlari zal xususiyatiga qarab buyurtma bilan tayyorlanadi. Bu buyumlarning har birida ham restoran tamg‘asi bo‘lishi shart. Lyuks va oliy toifadagi restoran taomnomasi bosmaxonada chop etilishi zarur. Bu restoranlarda xorijiy mehmonlarga xizmat qilinadigan bo‘lsa, taomnoma uch tilda: ingliz, fransuz, nemis tillarida bosiladi. Taomnomaning firmali jildi, reklama afishalari, bukletlar, varaqalar, tabrik va taklif qog‘ozlar va boshqa nashr reklamalari zich, qalin qog‘ozlar yoki yaltiroq ishlov berilgan kartondan tayyorlanadi. Taomnomaning jildida restoran nomi va tamg‘asidan tashqari, restoranning mavzu yo‘nalishini ifodalovchi rasm ham bo‘ladi.

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

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

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

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

restoran kreslolari, divanlar, ofitsiantlar uchun servantlar, guldona, xizmat uchun stollar va hokazo. Shahar restoranlari shahar ichida joylashgan bo'ladi, belgilangan ma'lum soatlardagina ishlaydi. Ular taom, gazaklar, ichimliklarning keng assortimentini tavsiya etadi, asosan tushki va kechki ovqatlar tayyorlaydi. Vokzal restoranlari - temir yo'l, aerovokzallarda joylashgan bo'ladi va yo'lovchilarga kecha-yu kunduz xizmat qiladi. Bu restoranlar taomnomasida taomlar, gazak va ichimliklar cheklangan bo'ladi.

Mehmonxona majmualariga tegishli mehmonxona tarmog'i tarkibiga ikkita restoran – serhasham firma taomi bo'lgan va kichik, taom va ichimliklari bahosi yuqori darajada bo'lmagan restoranlar kiradi. Kema restorani turistlar va yo'lovchilarga xizmat qilishga mo'ljallangan. Bu restoranlarda nonushta, tushlik, kechki ovqat tayyorlanadi, ovqat, qandolat mahsulotlari, sovutilgan ichimliklar, yo'l anjomlari sotiladi. Yo'lovchilarga xizmat qilish ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladi. Vagon-restoranlar uzoq masofalarga qatnovchi temir yo'l po'ezdlarida bo'ladi. Odatda bunday restoranlar bir kecha-kunduzdan ortiqroq safarga boruvchi yo'lovchilar uchun xizmat qiladi. Avtosayyohlar uchun restoran-katta yo'l chorrahasida, yirik avtostansiyalarda joylashadi, sayyohlar bu yerlarda ovqatlanadi, hordiq chiqaradi.

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

ma'muriy-madaniy va savdo markazlarida, mikrorayonlarda, restoran, kafe, mehmonxonalar qoshida ochiladi. Binolarning tuzilishiga ko'ra barlar quyidagicha joylashadi:

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

Salat-barlar -maxsus peshtaxta bilan jihozlangan, ochiq sovutgich vitrinasiga ega. Maxsus idishlarda tayyorlangan har xil salatlar: ko'k salat, bodring, rediska, pomidor, tuxum, kartoshka, sabzi, qizilcha, ukrop, piyoz, petrushka, karam, shuningdek, go'sht, baliq, kolbasa, pishloq va boshqalar qo'yiladi. Alohida idishlarda: yog', sirka, gorchitsa, krem, qaymoq, mayonez, shakar, tuz, garmdori beriladi. O'z didi va ishtahasiga qarab har bir xo'randa tegishli mahsulotlardan idishlariga solib oladi. Bu barlar «shved stoli» ning bir ko'rinishidir. Ho'l meva barlari -umumiy ovqatlanish korxonalarining yangi bir turi. Ijtimoiy vazifalarni hal qilishga qaratilgan, alkogol ichimliklar iste'molini kamaytirish nazarda tutilgan tadbir sifatida paydo bo'ldi. Bu xildagi barlar o'ziga xos usulda binolarda joylashgan, oddiygina jihozlangan: peshtaxtalar qo'yilgan, vitrinalarda 15 xilgacha sharbatli ichimliklar, sut kokteyllari, elektrokofeyniklar, samovarlar mavjud. Mijozlar sharbatlardan tashqari, choy, kofe idishlari, restoranning qandolat sexidan keltirilgan qandolat mahsulotlaridan bahramand bo'lishlari mumkin. Sut mahsulotlari barlari -o'z mahsulot assortimenti bilan boshqalardan farqlanadi. Sut va sariyog' kokteyllaridan tashqari barning kundalik taomnomasida buterbrodlar, pishloq, kolbasa, bir necha xil sutli taomlar, quymoqlar, qaymoqli, tvorogli somsalar, un qandolat mahsulotlari, shirin taom va ichimliklar bo'ladi. Ovqat tayyorlashda mijozlarning o'zlari qatnashadigan barlar keng ommalashib bormoqda. Sut mahsulotlari barlari firma sut mahsulotlari magazinlari qoshidagi

yirik savdo markazlarida barpo etiladi. Ularning asosiy maqsadi mijozlar taomni tatib ko'rish bilan mazasiga tushunadi va bar mashhur bo'la boradi.

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

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

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

baliq, qalamcha qilib qovurilgan kartoshka, quritilgan qora non, shoʻrdanak, shoʻr bodom va boshqalar kiradi.

Vino barlari - mehmonxonalar, restoran, kafelar qoshida faoliyat koʻrsatadi. Yengil ovqatlanish ham mumkin, vaqti cheklangan, shoshilgan odamlar tez tamaddi qilib ketishi uchun juda qulay. Bunday barlar yirik restoranlar ichida joylashgan boʻlsa, doʻstlar bilan uchrashish, mehmonlar kutish, suhbatlar qilish mumkin boʻladi. Xotirjamlik bilan bir piyola choy yoki kofe ichib ketish mumkin.

Gril-barlar - savdo markazlarida, shahar mavzellarida, dam olish zonalarida, odamlar gavjum magistrallarda, restoranlarda joylashgan boʻladi. Gril-barda xoʻranda tanqis, noyob ovqatlarni olishi mumkin. Bu yerdagi taom assortimenti xoʻrandaning tezlik bilan ovqatlanishiga imkon beradi. Bu barlarda eng koʻp tarqalgan ovqatlardan qovurilgan baliq, joʻja, kabob, bifshteks boʻladi. Gril-barlarda taom xoʻrandaning koʻz oldida tayyorlanadi. Gril-barlarda bar peshtaxtalari roʻparasida stolchalar yoki uzun kursilar qoʻyiladi. Peshtaxtaning ichki tomonida sotuvchi xizmat qiladi.

Kafe (qahvaxona) - isteʼmolchilar ovqatlanishi va dam olishini taʼminlaydi. Restoran mahsulotlariga qaraganda bularning assortimenti kam. Kafe firma va buyurtma taomlar tayyorlash, mijozlarga yetkazib berishdek vazifani bajaradi. Bularning assortimenti cheklangan va taom tayyorlashi murakkab emas. Kafeda issiqchoy, kofe, kakao, muzday sharbatlar, mineral suvlar, qatiq-sut, qandolat va shirin taomlar mavjud. Ikkinchi taom sifatida tayyorlanishi oson boʻlgan - qovurilgan tuxum, sosiska, sardelka, quymoqlar, birinchisiga shoʻrva berilishi mumkin. Alkogolsiz kafeda ichimliklar assortimentidan vino-arog mahsulotlari olib tashlanadi, alkogolsiz ichimliklar va qandolat mahsulotlari sotish koʻpaytiriladi. Bu kafelarda diskoteka bor. Toʻylar, yubileylar, oilaviy tushliklar, yangi taom va mahsulotlar koʻrgazmasi oʻtkaziladi.

Muzqaymoq kafesi - hordiq chiqarish uchun eng gavjum joy. Hamma oilalar ham restoran yoki barga boravermaydi, chunki u joylar yoshi jihatidan katta toifadagilarga moʻljallangan, narx-navosi ham yuqori. Muzqaymoq kafelari esa

hammabop, butun oila a'zolari bilan kelib muzqaymoq iste'mol qilish va dam olish mumkin. Muzqaymoq tayyorlash jarayoni ham o'ziga xos. Muzqaymoq kafesi uchun uncha katta maydon talab qilinmaydi. Muzqaymoq kafelari savdo zalida: past haroratli vitrinada muzqaymoq assortimenti namunalari qo'yiladi. Mebel bo'ladi, choy va kofe qaynatadigan anjomlar yordamida mijozlarga issiq choy, kofe tayyorlanadi. Bundan tashqari, muzqaymoq kafesida har xil pishiriqlar, qandolat mahsulotlarini ham harid qilish mumkin.

Kafeteriyalar- yirik oziq-ovqat yoki nooziq-ovqat magazinlarida tashkil qilinadi. Kafeteriyalarda issiq ichimliklar, sut-qatiq mahsulotlari, buterbrodlar, qandolat mahsulotlari va boshqalar tayyorlanishi va sotilishi mumkin, tayyor uncha qiyin bo'lmagan mahsulotlar bo'ladi. Alkogol ichimliklar sotish taqiqlanadi. Hisob-kitobni bufetchining o'zi bajaradi.

Oshxona -Umumiy ovqatlanish korxonalari orasida oshxonalar eng keng tarqalgan umumiy ovqatlanish joyi hisoblanadi. Asosiy faoliyati - o'z mahsulotidan aholi uchun taomlar tayyorlash, ularning mijozlar talablarini qondirish, nonushta, tushlik, kechki ovqatlar yoki ularning bir qismi tayyorlanadi. Oshxonalar joylashgan joyiga va xizmat ko'rsatiladigan mijozlariga ko'ra umumiy ravishda foydalaniladigan sanoat korxonalari, muassasalar, qurilishlar, o'quv yurtlari va shu kabilar huzuridagi oshxonalarga bo'linadi. Ishlab chiqarish korxonalari, o'quv yurtlari va muassasalar huzuridagi oshxonalarda asosan hafta kunlari bo'yicha turli xil majmua tushliklar, nonushtalar va kechki ovqatlar tashkil etiladi. Oshxonalardan uyga ham ovqat beriladi, oldindan buyurtmalar qabul qilinadi, shuningdek, ovqat mahsulotlari, chala tayyor mahsulotlar sotiladi. Ularda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish va stollarga majmua ovqatlarni oldindan qo'yish usullari qo'llaniladi. Oshxonalar bir-birlaridan farqlanadi:

- mahsulotlari assortimenti bo'yicha: umumiy va parhez taomlar oshxonalar;
- xizmat ko'rsatiladigan mijozlar: maktab bolalari,talabalar va shunga o'xshashlar;

- manzili bo'yicha: hamma uchun, o'quv va korxona, muassasa xodimlari uchun. Iste'molchilar tarkibi bo'yicha - yoshlar kafesi, bolalar kafesi va h.k.

Tamaddixona- assortimenti cheklangan bo'lib, sovuq va issiq taomlar, hammabop va tez tayyorlanadigan taomlar: sosiska, sardelkalar, chuchvara, qovurilgan tuxum taklif kilinadi. Tamaddixonalarda xohlagan ovqat tanlanadi, ko'p hollarda tik turib tamaddi qilinadi. Taom tanlangach, hisob-kitob birdaniga amalga oshiriladi. Bu ish avtomatkassalar orqali ham bo'lishi mumkin. Tamaddixonalarda spirtli ichimliklar sotish taqiqlanadi.

Bufet-bu iste'molchilarga cheklangan turdagi qaynoq va salqin ichimliklar, sovuq taomlar, non-bulka va qandolatchilik mahsuotlari shuningdek, oson tayyorlanadigan issiq va shirin taomlar bilan tezkor xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan korxonadir. Unda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish yoki ofitsiantlar tomonidan xizmat ko'rsatish mumkin. Hisob-kitob bufetchi yoki savdo avtomati orqali bajariladi. Bufetlar quyidagi joylarda faoliyat ko'rsatadi: mehmonxonalarda, maktablarda, tomosha maskanlarida, sport maydonlari atrofida, vokzallarda, daryo, dengiz kemalarida, ishlab chiqarish va transport korxonalarida, kurilish va boshqa muassasalarda. Odatda bufetlar mahsulotlarni o'zlariga qarashli umumiy ovqatlanish korxonalaridan oladi. Bundan tashkari ommaviy o'yin-tomosha joylaridagi bufetlarda oliy sifatli qandolatlar, konfetlar, meva va ma'danli suvlar, ho'l mevalar bo'lishi kerak. Spirtli ichimliklar bilan savdo qilish mumkin emas. Maktab va bilim yurtlari qoshidagi bufetlar kuni uzaytirilgan maktablarda qoluvchi o'quvchilar va maktab xodimlari uchun nonushta va tushliklar beradi. Umumta'lim maktablarida maktab qurilish loyihasida belgilangan tartibda bufetlar joylashtiriladi.

Baxt uylari qoshidagi bufetlarda meva-chevalar, shokolad, konfetlar shuningdek, gullar va sovg'a buyumlari bo'ladi. Nikohdan o'tuvchilarning xohishiga qarab, oldindan dasturxon tuzatilishi va ofitsiantlar xizmat qilishi mumkin.

Choyxonalarda choy va undan tayyorlangan pishiriqlar, qandolat mahsulotlari, go'shtli ovqatlar, baliq, tuxum, mol go'shti, qovurilgan tuxum, kolbasa va boshqalar sotiladi. Bu yerda asosan o'z-o'ziga xizmat qilish amalga oshiriladi. Bu choyxonalar Markaziy Osiyo davlatlarida umumiy ovqatlantirish tizimining asoslarini tashkil qiladi. Mustaqillik tufayli O'zbekistonda choyxonalarga keng imkoniyatlar berildi. O'tgan yillar ichida shunday choyxonalar bunyod etildiki, ular faqat choy ichish joyigina emas, ajoyib hordiq chiqarish, ko'ngil ochish, do'stlarning suhbatlashish makoniga aylandi. Bu yerda mijozlarning o'zlari xohlagan ovqatlarini tayyorlashlari, ayniqsa, choyxona palovi juda mashhur. Choyxonalar madaniy dam olish maskaniga aylandi.

9-mavzu. TURIZM SOHASIDA TRANSPORT XIZMATLARI

Reja:

9.1. Turizm sohasida transport xizmatlari

9.2. Turizm sohasida transport vositalari

9.3. Turizm sohasida transport xizmatlari turlari va qulaylik darajalari

9.1. Turizm sohasida transport xizmatlari

Turizm industriyasi ishlab chiqadigan turistik mahsulot, xizmatlar va tovarlarning tarkibi ancha katta va rang-barang majmuani o'z ichiga qamrab oladi. Bu mahsulotdan kishilar sayohat qilishda, shuningdek, turizm doirasida dam olish, xordiq chiqarish, davolanish, o'z bilim va kasbiy darajasini oshirishda foydalanishlari mumkin. Bunda turistik mahsulotning asosiy tarkibiy qismiga kiruvchi transport xizmatlari jami xizmatlarning 27 % ini tashkil qiladi. Yo'lovchilarni, shu jumladan, turistlarni tashish har xil transport turlarida, chunonchi: havo, yer usti, suv transportida amalga oshiriladi. Turistik tashuvlar uchun transport turlarining ommaviyligi yoki talab etilish darajasi mamlakatning jo'g'rofiy o'rni va iqlim sharoitlariga, iqtisodiy rivojlanish darajasiga, milliy an'analariga, odamlarning ijtimoiy holati va turmush darajasiga hamda boshqa omillarga bog'liq bo'ladi.

«O'zbekiston havo yo'llari» - xalq xo'jaligi va aholini aviatsiya xizmati (yuk, yo'lovchi tashuvlari, maxsus aviatahishlar) bilan ta'minlovchi O'zbekiston Respublikasi Milliy aviakompaniyasidir. Aviakompaniya 1992-yil 28-yanvarda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti farmoniga binoan tashkil etilgan. Ana shu vaqtdan boshlab samolyot parkini zamonaviylashtirish, yangi aeroportlar qurish, havodagi harakatni boshqarish tizimini tubdan o'zgartirish, aerodromlarni yangi zamonaviy texnika bilan ta'minlash, yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlovchi baza hamda boshqaruv tizimini takomillashtirishga yo'naltirilgan respublika Fuqaro aviatsiyasini rivojlantirish davlat dasturi amalga kirdi. O'tkazilgan

islohotlar O‘zbekiston aviatsiya transportining xalqaro, iqtisodiy, diplomatik va madaniy aloqalarini rivojlantirishda yetakchi sohalardan biriga aylanishiga omil yaratdi. Shuningdek, Respublika aeroportlarida sifat menejmenti tizimi joriy etilib, sertifikatlar bilan tasdiqlangan.

«O‘zbekiston havo yo‘llari» Milliy aviakompaniyasi xalqaro aviatashuvlar bozorida o‘zining munosib o‘rniga ega. U o‘z faoliyati davomida bir necha marotaba nufuzli mukofotlar : faol ishlari uchun «Yevromarket – 2000» sovrini, Xalqaro aviatsiya xavfsizligi jamg‘armasi diplomi, Xalqaro aeroportlar birlashmasi mukofotlariga sazovar bo‘ldi. Aviakompaniya Amerika, Yevropa, Yaqin va O‘rta Sharq davlatlari, Janubi-Sharqiy va Markaziy Osiyo hamda MDHning 40 ortiq shaharlariga muntazam qatnovlarni amalga oshiradi. Hozirgi kunda O‘zbekistonda 11 ta xalqaro aeroport faoliyat yuritmoqda, jumladan, Toshkent, Samarqand, Buxoro, Urgan aeroportlari va boshqalar.

«TOSHKENT» xalqaro aeroporti. Poytaxtning «Toshkent»¹¹ aeroporti so‘zsiz yetakchi aeroportdir. Yaqin chet el mamlakatlari aeroportlariga qaraganda, geografik jihatdan juda qulay, yani MDH davlatlaridan Janubi-Sharqiy Osiyo, Yevropa va Amerikaga havo trassalarining kesishgan nuqtasida joylashgan. «Toshkent» xalqaro aeroporti dunyoning barcha katta shaharlari bilan havo yo‘llari orqali bog‘langan. U IKAOning ikkinchi kategoryasiga ega bo‘lib, turli rusumdagi samolyotlarni qabul qiladi. Aeroport soatiga 1000 nafar yo‘lovchini qabul qilish va xizmat ko‘rsatish imkoniyatiga ega. Har yil uning xizmatidan 2 milliondan ortiq yo‘lovchi foydalanadi. Bundan tashqari, aerovokzalda tranzit yo‘lovchilar uchun alohida terminal va xizmat ko‘rsatish shahobchalari ham mavjud. Shahar transportining qulay yo‘nalishlari ham yo‘lovchilarni poytaxtning istalgan joyiga olib boradi. Aerovokzal binosida O‘zbekiston aholisi va mehmonlari uchun:

¹¹ Маматкулов Х.М. «Туризм инфратузилмаси» Ўқув қўлланма. –Т.: «Ўзбекистон файлафуслар жамияти» нашриёти. 2011.

- barcha qulayliklarga ega keng va yorug‘ kutish zallari;
- tunu-kun ishlaydigan pasport, bojxona, chegara xizmatlari;
- ma’lumotlar xizmati;
- bagaj jo‘natishning yangi konveyr tizimi;
- xalqaro telefon aloqasi;
- bilet sotish va bronlashtirish kassalari;
- Duty-Free savdo shahobchasi;
- restoran, bar, «bir zumda» ovqatlanish punktlari;
- valyuta almashtirish shahobchalari;
- VIP zali (yuqori martabali kishilarga xizmat ko‘rsatish);
- CIP zali (yuqori qulayliklarga ega) joylashgan.

Mahalliy yo‘nalishlar terminali binosi ham barcha qulayliklarga ega. Bu yerdan siz respublikamiz shaharlari bo‘lmish Samarqand, Buxoro, Xiva hamda boshqa viloyat markazlariga borishingiz mumkin. Mamlakatimizning bosh aeroporti dunyoning 30dan ortiq aviakompaniyalariga xizmat ko‘rsatayapti. Bu yerda har kuni o‘nlab bortlar yonilg‘i bilan ta‘minlanadi. «Toshkent aeroportini rivojlantirish istiqbolli rejasi»da uni mintaqalararo yo‘lovchi, yuk tashuvlari amalga oshiruvchi xalqaro markazga aylantirish mo‘ljallangan.

«SAMARQAND» xalqaro aeroporti. Samarqand shahri nafaqat O‘zbekistonda, balki Markaziy Osiyoda mashhur sayyohlik markazidir. Zamonaviy RJ-45 havo kemasi 45 daqiqada sayyohlarni poytaxtdan qadimiy shaharga yetkazib keladi. Hozirgi kunda «Samarqand» xalqaro aeroporti xalqaro tranzit yo‘nalishlar uchun muhim bo‘g‘inlardan biriga aylanayapti. U qayta ta‘mirlangandan so‘ng, IKAOning birinchi kategoriyasiga ega bo‘lgan aeroport hisoblanib, g‘arbda ishlab chiqarilgan turli rusumdagi laynerlarni hamda sharqiy havo kemalarini qabul qilish imkoniyatiga ega bo‘ldi. Aeroport soatiga 400 yo‘lovchini qabul qilish va xizmat ko‘rsatish imkoniyatiga ega. Toshkent, Moskva, Sankt-Peterburg, Simferopol va Qozon shaharlari bilan havo aloqalari

ham o'rnatilgan. Bu yerga Yevropa mamlakatlari va Yaponiyadan charter qatnovlar amalga oshiriladi. Aeroport xalqaro tashuvlarni amalga oshirgani uchun «Gabriel» va «Sita» bronlashtirish tizimiga kiritilgan.

«BUXORO» xalqaro aeroporti 1997-yilda ishga tushirilib, xalqaro maqomga 1999-yilda erishgan, soatiga 150 yo'lovchini qabul qiladi va xizmat ko'rsatadi. Unda keng kutish maydoni, bufetlar, do'konlar, tibbiyot punkti, yuklarni saqlash xonasi, milliy an'analarda bezatilgan VIP va CIP - maydonlari mavjud. Buxoro aeroportidan Toshkent, Moskva, Sankt-Peterburg shaharlariga, shuning MDH mamlakatlari va boshqa davlatlarga uchish mumkin. «MDH mamlakatlari orasida yilning eng yaxshi aeroporti» unvoni tashuvlar hajmi borasida 2012-yilda besh yuz ming nafargacha yo'lovchiga xizmat ko'rsatgan «Buxoro» xalqaro aeroportiga topshirildi.

«URGANCH» xalqaro aeroporti. Fuqaro aviatsiyasi «Aeroport» Assotsiatsiyasining «MDH davlatlari bo'yicha yilning eng yaxshi aeroporti» tanlovida 2012-yilda «Ishlab chiqarishga qo'shgan salmoqli hissasi uchun» nominatsiyasi g'olibi bo'ldi. «Urganch» xalqaro aeroporti soatiga 300 nafar mijozga xizmat ko'rsatish imkonini beruvchi, barcha qulayliklarga ega yo'lovchilar uchib kelish zali foydalanishga topshirilgan. Unda kutish maydoni, tibbiyot punkti, barlar, kafe, valyuta ayirboshlash shahobchasi, suvenirler do'koni mavjud. Aeroportdan Toshkent, Moskva shaharlariga va dunyoning boshqa mamlakatlariga uchib borish mumkin.

«NAVOIY» xalqaro aeroporti. «Navoiy» xalqaro aeroporti 1962-yilda barpo etilib, 2007-yilda qayta modernizatsiya qilinib ta'mirlandi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 2-dekabr kunidagi PF-4059-sonli «Navoiy» erkin industrial-iqtisodiy zonasi faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmoniga asosan hududda sanoat sohasini rivojlantirish, zamonaviy va yuksak texnologiyali ishlab chiqarishni ishga tushirish maqsadida «Navoiy» erkin industrial-iqtisodiy zona tashkil etilgan. Navoiy viloyati, xususan, Navoiy shahrining ishlab chiqarish salohiyatini yanada oshirish, transport-tranzit va

ijtimoiy infratuzilmasini rivojlantirish, yuqori texnologiyalarni o'zlashtirish, xorij sarmoyasini jalb qilishda muhim omil bo'layotir. Navoiy shahri xalqaro ayeroporti hududida «Navoiy» erkin industrial-iqtisodiy zonasi tashkil etilishi jahon bozorida raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni ko'paytirish, qo'shimcha ish o'rinlari yaratish, aholi farovonligini yanada yuksaltirish borasida muhim ahamiyat kasb etadi.

2008-yil «O'zbekiston havo yo'llari» MAK va «Korean Air» aviakompaniyalari bilan hamkorlikda Navoiy aeroporti konsalting xizmatini taqdim etish bo'yicha kelishuv imzolandi. Hozirgi kunda aeroport yuk tashishlar bilan birgalikda yo'lovchilarni ham tashish imkoniyatiga ega bo'ldi. Yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish uchun zamonaviy aerovokzal, VIP–yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish zali, ona va bola xonasi, bufet, tibbiyot punkti, aloqa va transport xizmatlari mavjud.

Turistlarni temiryo'l transportida tashish. Temiryo'l transporti o'rta masofalarga turistlarni maqbul narxlarda tez va qulay sharoitda yetib borishlarini ta'minlaydi. Alohida xollarda temiryo'l transportidan turistik sayohat maqsadlarida ham foydalanish mumkin. Turistlarni temiryo'l da tashish turizm transport ta'minotining samarali vositasi hisoblanadi. Sayohatning yuqori shinamligi, yuqori tezlik va maqbul narxlarda turistlar guruhini ixcham joylashtirish bu transport turini kichik va o'rta masofalarga harakatlanishda raqobatbardoshligini oshiradi. Temiryo'l transportidan ichki va chegara yaqinida sayru tomosha, ekskursion safarlar va dam olish kunlarini tashkil etishda ko'proq foydalaniladi. O'tgan davr mobaynida minglab kilometr yangi temir yo'l liniyalari barpo etildi. Toshkent – Samarqand, Toshkent – Buxoro, Toshkent – Qarshi yo'nalishlarida «Registon», «Sharq» va «Nasaf» tezyurar poyezdlarining qatnovi yo'lga qo'yildi. Toshkent markaziy temir yo'l vokzali va boshqa shaharlarimizdagi vokzallar qayta rekonstruksiya qilindi, ta'mirlandi, yangilari barpo yetildi. Xalqaro va mahalliy yo'nalishlarda qatnovchi poyezdlarda ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati zamon talablari darajasiga ko'tarildi.

Yuqori tezlikda harakatlanuvchi yo'lovchi elektropoyezdlari qatnovini tashkil etish borasidagi sa'y-harakatlar Prezidentimiz Islom Karimovning 2009-yil Ispaniya Qirolligiga tashrifi doirasida erishilgan kelishuv asosida boshlab yuborildi. «O'zbekiston temir yo'llari» Davlat aksiyadorlik kompaniyasi hamda Ispaniyaning «Patentes Talgo S.L.» kompaniyasi o'rtasida o'zaro hamkorlik bo'yicha memorandum imzolanib, Ispaniyadan yuqori tezlikda harakatlanuvchi yo'lovchi elektropoyezdlarini sotib olishga kelishib olindi.

Bundan tashqari yaqinda esa yurtimizdagi xorijiy hamda mahalliy sayyohlar uchun mo'ljallangan «Afsona» poyezdi «Toshkent-Markaziy» vokzalidan «Toshkent – Samarqand», «Qarshi – Buxoro – Urganch» yo'nalishlari bo'ylab yo'lga chiqdi. U yuqorida qayd etilganidek, aynan o'zimizda ishlab chiqarilgan va modernizatsiya qilingan yangi vagonlardan tashkil topgan edi. Aytish kerakki, «Afsona» poyezdi ilk bor 2013-yilning 11-aprelidan Toshkent – Samarqand – Qarshi – Buxoro – Urganch yo'nalishida ishga tushirildi. Ayni paytda zamonaviy qulayliklarga ega 8 vagon, qolaversa, lyuks, kupe va vagon-restorandan tarkib topgan po'ezd mijozlar xizmatida. Yangi po'ezd sayyohlar va yo'lovchilarni O'zbekistonning boshqa joylaridan, jumladan, Toshkent, Samarqand, Buxoro va Qarshidan Xorazm viloyatiga yetkazish uchun yo'lga qo'yilgan bo'lib, u O'zbekistonda ichki turizmning rivojlanishiga yordam beradi¹².

9.2. Turizm sohasida transport vositalari

Turistik mahsulotlar tarkibida turistlarni tashish xizmati yetakchi o'rinlardan birini egallaydi. Bu shu bilan ifodalanadiki, barcha turistik yo'nalishlarda (piyodalardan tashqari) sayohatchilarni dam olish yoki ekskursiyaga eltish va uyga qaytishi uchun transport bo'lishi tabiiy xol bo'lib qolmoqda.

Turizm faoliyat turi sifatida turistlarni doimiy yashash joyidan tashqariga chiqishi bilan uzviy bog'langan va uni transport ta'minotisiz tasavvur qilib

¹² [http://www. Turkistonpress.uz](http://www.Turkistonpress.uz)

bo'lmaydi. Transport ta'minoti turistik infratuzilmaning muhim elementi hisoblanadi va turistik mahsulotlar tarkibiga kiritilgan asosiy majmualar xizmatlarni tashkil qiladi. Transport korxonalari turizm sohasini shakllantiruvchi turistik korxonalarning alohida ko'rinishlari sifatida qarab chiqiladi.

Turizm sohasida transport ta'minoti tizimi quyidagicha farqlanadi: turga qo'shilgan va asosiy turistik xizmatlarga kiruvchi turistik tashish vositasi sifatida, turistlarni doimiy yashash joyidan belgilangan manzilga eltib qo'yish (yoki yo'nalish boshlanadigan joyga) va qayta olib kelish; transfer – turistlarni kutib olish va kuzatib qo'yish uchun transport vositasini taqdim etish; tur-safar bo'yicha dasturlashtirilgan tadbirlarga xizmat ko'rsatish: ekskursion xizmat, dasturdagi tadbirlarga borish, atrofga tashrif buyurish, yo'nalish bo'yicha ko'chish; turga kiritilgan sayohat davomida ijaraga beriladigan yengil avtomashina.

Transportda tashish xizmatlarining xili va turi bo'yicha tasniflanishi quyidagi 9.1-rasmda ifodalangan. Transportda tashish xizmatlarining xili va turi bo'yicha quyidagicha tasniflanadi:

Tashishning yer ustida olib yurish turlari bo'yicha:

- insoning jismoniy kuchi bilan amalga oshiriladigan tashishlar va harakatlanishlar (piyoda, chang'ida, velosipedda, rikshalar);
- hayvonlar yordamida (ulovli, tuyada, otda, itlarda);
- mexanik vositalar bilan kanatli yo'llar;
- avtomobil transportida (g'ildirakli, zanjirli);
- relsli transport-temir yo'llar, metro, tramvay;
- havo bolishli transport vositalari.

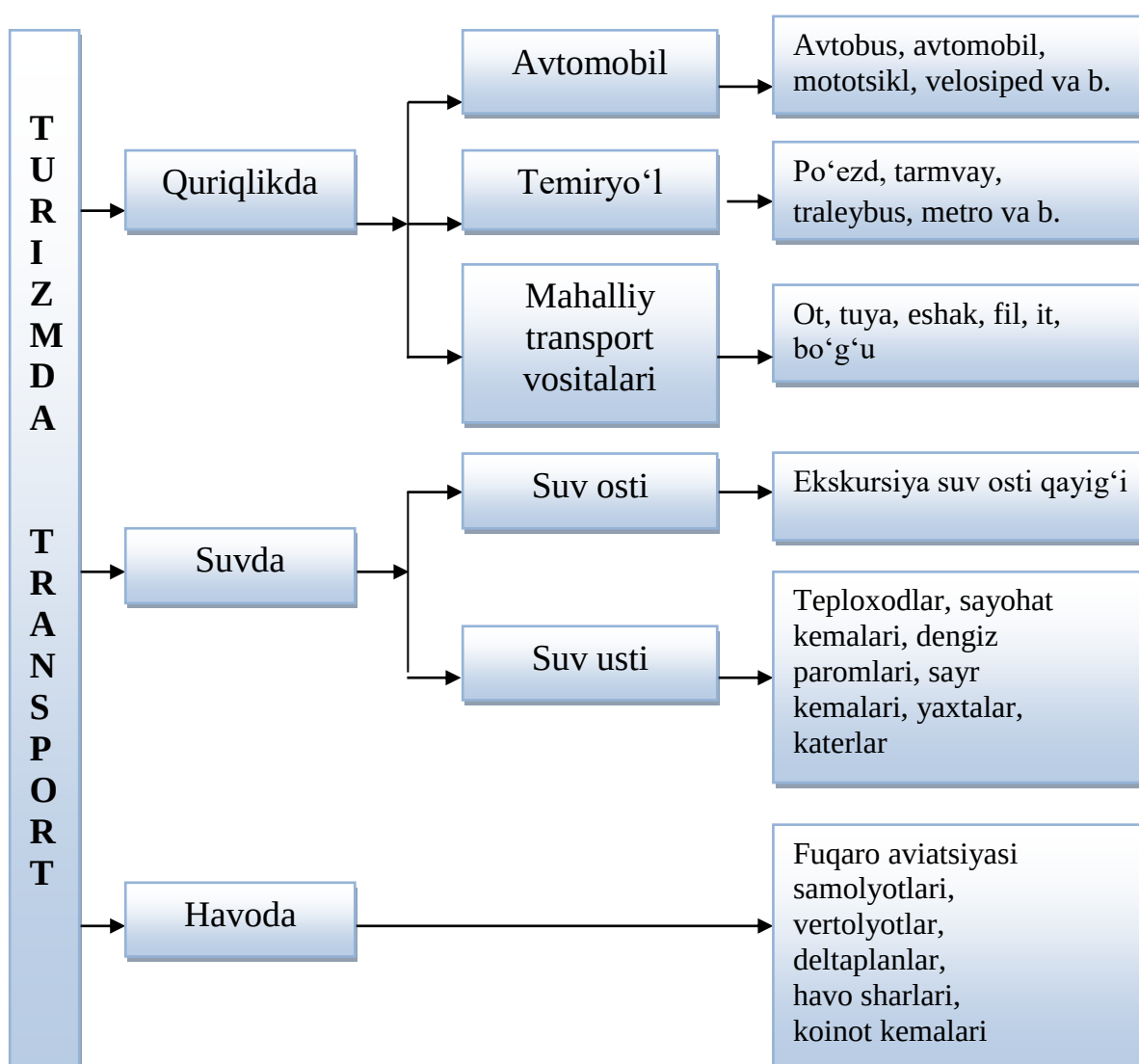
Havo orqali tashish turlari:

- havo sharlari va dirijabllar, delfinlar, parashyutlar;
- vertalyotlar;
- kichik aviatsiya samolyotlari, gidrosamolyotlar, keng fyuzelyajli samolyotlar, tovushdan tez uchar laynerlar;

- kosmik apparatlar.

Dengiz va daryo suvlari orqali tashish transportlari:

- sol va qayiqalar;
- elkanli kemalar;
- kichik mexanik kuchga ega flot qayiqalari;
- dengiz va daryo kemalari;
- havo bolishli kemalar;
- suv osti kemalar.



9.1-rasm. Turizm maqsadlari uchun foydalaniladigan transport vositalarining turlari¹³

¹³ Биржаков М.Б. Введение туризма. Издателсий дом. «Герда» 2006. -276 стр.

9.3. Turizmدا transport xizmatlari turlari va qulaylik darajalari

Transport tizimlarining barcha turlari yagona maqsadni-tashish xizmatlarini ko'rsatishda sayohatchilarning ehtiyojlarini to'laqonli qondirishni amalga oshiradi.

Turistlarga transport xizmatlarini ko'rsatish, turistlarni va ularning yuklarini bir joydan ikkinchi joyga mumkin qadar tez va qulay sharoitlarda tashish uchun mo'ljallangan xizmatlar majmui, deb ta'riflanadi.

Transport xizmatlari ko'rsatish qonun hujjatlari bilan mustahkamlangan huquqiy bazaga asoslanadi. Ushbu hujjatlar: 1) turli xalqaro transport tashkilotlari tomonidan; 2) mamlakatlarning milliy qonunchiligi doirasida; 3) yuk va yo'lovchi tashuvchilarning ichki qoidalarini tarzida ishlab chiqilgan bo'ladi. Xalqaro turizmni amalga oshirishda transport xizmatlari ko'rsatishning turli jihatlariga alohida diqqat-e'tibor berish lozim. Sayohatlar sohasida xalqaro hamkorlik chegaralarining kengayishi bojxona, chegara va sanitariya nazoratini amalga oshirish me'yorlari va qoidalarini muttasil takomillashtirib borishni taqozo etadi.

Yo'lovchilarning xavfsizligini ta'minlash transport xizmatlari ko'rsatishning eng muhim masalasi bo'lib, u harakatlanadigan tarkibdan foydalanish qoidalariga rioya qilishni, transport vositalarining harakatini ta'minlovchi turli xizmatlar professional tarzda va uyushqoqlik bilan ishlashini, yo'lovchilar ham xulq-atvor qoidalariga rioya qilishini, ekologik toza transport turlaridan foydalanishni nazarda tutadi.

Turistlarning uyushgan guruhlarini tashish marshrutlar ishlab chiqish, chiptalarni buyurtma qilish, transportda joylashtirish, tur dasturlarini amalga oshirish bilan bog'liq ayrim o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lganligi uchun turistik firmalar transport kompaniyalari bilan yaqin aloqalar o'rnatishiga to'g'ri keladi.

10-mavzu. GID-EKSKURSIYA XIZMATLARINI AMALGA OSHIRISH JARAYONLARI

Reja:

10.1. Turistik-ekskursiya xizmatlarining asoslari va huquqiy me'yorlari

10.2. Gid-ekskursiyachi xizmatlarining mohiyati va tasnifi

10.3. Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini baholash
metodikalari

10.1. Turistik-ekskursiya xizmatlarining asoslari va huquqiy me'yorlari

«Ekskursiya» soʻzi lotincha eksursion (tanishuv) qisqa muddatli safar yoki sayohat, sayohatga joʻnamoq, sayohat qilib kelmoq maʼnolarini anglatadi. Turizm soʻzi paydo boʻlmasdan, insonlarda atrof-muhitga qiziqish, uzoqlarda nimalar bor, togʻlar ortida yoki daryoning yoki qir-tepaliklardan keyin nimalar borligiga oid koʻplab savollarning toʻplanib qolishi natijasida ularni safarga (uydan chiqib ketishga) chorlaydigan ichki his-tuygʻu-qiziqishning harakatga kelishi boʻlgan. Hozirgi rivojlangan jamiyatimizda jahonda ekskursiyaga-sayohat-sayrga chiqmagan bironta inson boʻlmasa kerak. Ushbu sayrlarning asosiy sababchisi, tabiatdagi biologik xilma-xillik, betakrorlik, boyliklar boʻlgan. Jamiyatdagi dastlabki sayohatlar albatta oʻzga yurt, mamlakatlar haqidagi xabarlar natijasida yuz bergan. Ekskursiya xizmatlarini turizmning yuragi, deb taʼriflashadi. Haqiqatdan ham turist mehmonxonaga joylashganidan soʻng birinchi navbatda ekskursiyaga chiqishga harakat qiladi. Ichki turizmda barcha davlatlarda ekskursiya xizmatlari birinchi oʻrinda turadi. Chunki mamlakat ichkarisidagi aholi turizmning deyarli barcha turlari boʻyicha doimo ekskursiya xizmatlaridan foydalanadi. Shu oʻrinda turist bilan ekskursantni farqlash lozim boʻladi, chunki turizmni rejalashtirishda turistning talabi nafaqat ekskursiya xizmatlari bilan

chegaralanmasdan, balki boshqa ko'rsatiladigan xizmatlarni ham hisobga olishni taqoza qiladi.

Turist - O'zbekiston Respublikasi hududi bo'ylab yoki boshqa mamlakatga sayohat qiluvchi (doimiy istiqomat joyidan turizm maqsadida jo'nab ketgan) jismoniy shaxs ¹⁴.

Ekskursant - tunab qolmaydigan va ekskursiya marshrutida 24 soatdan ko'p bo'lmaydigan shaxsning sog'lomlashtirish, ma'rifiy, kasbiy-amaliy, qiziqish, ko'rish, bilish, tanishish yoki boshqa maqsadlarda sayohatga chiquvchi hisoblanadi.

Ekskursiya xizmatlari quyidagi talablarga javob beradi:

1. Ekskursiya xizmatlari iqtisodiy faoliyatni bajaradi (turistik firma ekskursiya marshrutlarini sotishdan daromad oladi, ekskursiya a'zolaridan tushgan mablag' hisobiga daromad oladi, gid-tarjimon ish o'rinlari yaratiladi, ekskursiya ob'ektida turistik infratuzilmalar hosil bo'ladi);

2. Ekskursiya xizmatlarining g'oyaviy siyosiy faoliyati (vatanning tarixiy meroslari, yangi texnologiyalar bilan tanishishda g'urur hissi, siyosiy mo'tadillikni sezish xususiyatlari paydo bo'ladi);

3. Ekskursiya xizmatlarining umumiy ta'lim berish faoliyati (ekskursiya ekskursantlarga universal bilim beradi-tarixiy madaniy meros haqida, ishlab chiqarish haqida, madaniy-ma'rifiy ma'naviyat haqida, san'at haqida, yangi texnologiyalar va h.k.);

4. Ekskursiya xizmatlari axborot tashish, axborotlar berish faoliyatini bajaradi (o'tmish va hozirgi voqealar, jarayonlar, sivilizatsiya taraqqiyoti, hozirgi rivojlanish, global voqealar, xalqaro integratsiya va h.k.);

5. Ekskursiya xizmatlari tarbiyaviy faoliyatni bajaradi (Vatan boyliklarini asrash, avaylash, g'urur hissiyotlari, faxrlanish va h.k.);

¹⁴Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги Қонуни //«Халқ сўзи» газетаси, 1999.

6. Ekskursiya xizmatlari mazmunli dam oldirish faoliyatini bajaradi (tabiatga va uning so‘lim go‘shalariga ekskursiya, daryo sohillariga ekskursiya, o‘rmonlarga, tog‘larga, soylarga ekskursiya va h.k.);

7. Ekskursiya xizmatlari insonlarda dunyo qarashni kengaytirish faoliyatini bajaradi (olamnig cheksizligi, olamning bir butunligi, hayotning davriyligi, jismlarning aylanma biologik harakati va h.k.);

8. Ekskursiya xizmatlari insonlarda qiziqishni shakllantiradi (hayotga qiziqish, yashashga qiziqish, ijodga qiziqish, san‘atga qiziqish, yangi texnologiyalarga qiziqish, tarixga qiziqish va h.k.);

9. Ekskursiya xizmatlari mutaxasislarni, kadrlarni qayta tayyorlaydi, malakasini oshiradi va h.k.

10.2. Gid-ekskursiyachi xizmatlarining mohiyati va tasnifi

Gid-ekskursiyachi tushunchasi turistlar guruhini boshqaradi; diqqatga sazovor joylarga ekskursiya o‘tkazadi; ekskursiya mavzusini, marshrutini ishlab chiqadi; mavzu bo‘yicha materiallar to‘playdi; ekskursiyaning matnini tuzadi, materiallarini hikoya qilib beradi; «gid portfeli»ni tahlaydi; ish jarayoni yuqori darajadagi muloqot madaniyatini talab qiladi.

Gid- ekskursiyachi quyidagi bilim, ko‘nikma va malaka talablari ega bo‘lishi lozim: tarix, adabiyot, geografiya, iqtisodiyot, siyosat, jurnalistika sohalariga qiziqishi; ekskursiya o‘tkazish metodikasi va texnikasini, ekskursantlarga xizmat ko‘rsatish tartibini bilishi; kamida ikkita xorijiy tilda erkin muloqot qila olishi; tahlil, mulohaza qilishi; hujjat va materiallar bilan ishlay olishi kerak.¹⁵

¹⁵ Амриддинова Р.С. Мехнат ресурсларини бошқариш асосида туризм хизматларининг рақобатбардошлигини ошириш йўллари (Самарқанд вилояти туризм корхоналари мисолида)» и.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. - С.: СамИСИ, 2012.

Turizm ekskursiya xizmatlari xizmatlarning qay darajada tashkil qilinganligiga va xizmatlarning sifatiga qarab rivojlanadi. Bunda albatta turizm infratuzilmasidagi texnologiyalarning darajalari ham birinchi navbatga chiqadigan sharoitlardan va asoslardan biri hisoblanadi. Shu bilan birga turizmdagi asosiy xizmatlarning texnologik-servis darajalari ham ekskursiya xizmatlarining tashkil qilinishiga bog‘liq bo‘ladi. Ekskursiya xizmatlari yuqori darajada tashkil qilinib, turizm infratuzilmalari anashu yuqori darajalarga javob bermasa ekskursiya xizmatlarining amalda o‘tkazish natijalari yuqori sifat darajalariga erisha olmaydi. Lekin har qanday sharoitda ham ekskursiya xizmatlarining maqsadi va vazifalarini yaxshi anglab olish, yaxshi o‘zlashtirib olish turoperator yoki gid-tarjimon boshlovchidan talab qilinadi. Ekskursiya xizmatlarining maqsadi va vazifalarini to‘g‘ri belgilash ekskursantlarda qoniqish, yaxshi kayfiyat holatlarini keltirib chiqaradi va natijada turistik firmaning nufuzi, raqobatbardoshligi ortadi.

Ekskursiya xizmatlarining maqsadini belgilashda juda ko‘p omillarni keltirish mumkin. Masalan, ekskursiya – vatanparvarlik, mehnatni sezish, estetik va ekologik tarbiya, o‘tmish madaniy va tarixiy merosni, o‘tmish va hozirgi hayotni, tabiatdagi biologik resurslarni, iqlimiy o‘zgarishlarni, zamonaviy va o‘tmishdagi ishlab chiqarishni, milliy liboslar va o‘tmishdagi yashash tarzini (muzeylar), o‘tmishdagi va zamonaviy texnologiyalarni, o‘tmishdagi transport va zamonaviy transport vositalarini, o‘tmishdagi dehqonchilik va zamonaviy dehqonchilikni, o‘tmishdagi san’at va zamonaviy san’atni milliy o‘yinlar, milliy hunarmanchilik va hokazolarni o‘rgatadi, dunyoqarashni kengaytiradi.

Ekskursiya xizmatlarining maqsadi va vazifalari shu qadar keng qamrovli va turli tumanki, bu yo‘nalishlarning barchasi insonning kamol topishiga xizmat qiladi. Ekskursiya xizmatlari maqsadi va vazifasi bo‘yicha insonlarni dam oldiradi, bilim darajasini oshiradi, yashashga bo‘lgan his to‘yg‘ularni kuchaytiradi. Ekskursiyalarni tasniflash ham yuqorida qayd qilingan maqsad va vazifalardan kelib chiqadi. Shuning uchun ham ekskursiyalar mohiyatiga qarab tasnif guruhlarini hosil qiladi.

I. Ekskursiya xizmatlarini tasniflashda quyidagi belgilarga e'tibor beriladi:

1. Mazmuni bo'yicha;
2. Ekskursantlar tarkibi bo'yicha;
3. O'tkazilish joylari bo'yicha;
4. Harakatlanish vositalari bo'yicha;
5. O'tkazilish shakllari bo'yicha.

II. Mazmuni bo'yicha ekskursiyalar tayyorlash ekskursiyalari va mavzuli ekskursiyalarga bo'linadi. Mavzuli ekskursiyalar ham quyidagi ekskursiya guruhlariga bo'linadi.

1. Tarixiy mavzudagi ekskursiyalar;
2. Harbiy-tarixiy mavzudagi ekskursiyalar;
3. Ishlab-chiqarish mavzusidagi ekskursiyalar;
4. Tabiashunoslik mavzusidagi ekskursiyalar;
5. San'at yo'nalishlari mavzularidagi ekskursiyalar;
6. Adabiyot mavzularidagi ekskursiyalar;
7. Me'morchilik, shaharsozlik mavzularidagi ekskursiyalar.

I. Ekskursiyalar ekskursiyada qatnashuvchilar tarkibi bo'yicha ham tasniflanadi:

1. Katta yoshdagilarga mo'ljallangan ekskursiyalar (studentlar, ishlab chiqaruvchilar, mutaxassislar va boshqalar);

2. Har xil yoshdagi bolalarga mo'ljallangan ekskursiyalar (maktabgacha tarbiyadagi bolalar, boshlang'ich sinf o'quvchilari, o'rta va yuqori sinf o'quvchilariga mo'ljallangan)

3. Mahalliy aholi ehtiyojlari va talablariga mo'ljallangan ekskursiyalar;
4. Shaharliklarga mo'ljallangan ekskursiyalar;
5. Chet elliklarga mo'ljallangan ekskursiyalar.

II. O'tkazish joylari bo'yicha ekskursiyalar quyidagicha tasniflanadi:

1. Shaharlarda o'tkaziladigan ekskursiyalar;

2. Shaharlarning tashqarisida o'tkaziladigan ekskursiyalar;
3. Ishlab chiqarish maskanlarida o'tkaziladigan ekskursiyalar;
4. Muzeylarda o'tkaziladigan ekskursiyalar;
5. Madaniyat saroylarida o'tkaziladigan ekskursiyalar;
6. Tabiat bag'rida o'tkaziladigan ekskursiyalar.

III. Ekskursiyalar o'tkazilish shakllari bo'yicha quyidagicha tasniflanadi:

1. Odatdagi ekskursiyalar;
2. O'quv-uslubiy ekskursiyalar;
3. Ommoviy chiqish ekskursiyalari;
4. Sayr-ekskursiyalari;
5. Konsertlarga ekskursiya.

Shunday qilib, ekskursiyalar ob'ektlari sifatida quyidagilardan foydalanishimiz mumkin:

1. Tabiatdagi ekskursiya obektlari – geologik yotqiziqlar, alohida daraxtlar, butalar, o'simliklar, qo'ziqorinlar, tabiat mintaqalari, vodiylar, daryolar, ko'llar, o'rmonlar, tog'lar, suv havzalari, muzliklar, g'orlar, daralar, soylar va boshqalar;

2. Me'morchilik va shaharsozlik ekskursiya ob'ektlari – fuqarolarning uylari, saroylar, qo'rg'onlar, arklar, mavzoleylar, masjidlar, madrasalar, manastirlar, cherkovlar, mashhur imoratlar, fontanlar, vokzallar, parklar, haykallar, kinoteatrlar, teatrlar, san'at va hukumat saroylari va h.k.;

3. Ko'chalar, maydonlar, posyolkalar;

4. O'zbekiston hayotidagi o'tmishda qurilgan tarixiy-madaniy obidalar;

5. Mashhur kishilar hayoti bilan bog'liq joylar va mashhur kishilarning haykallari;

6. Arxeologik yodgorliklar – qadimiy shaharlar harobalari, qal'alar qadimiy rasmlar, tabiat yodgorliklari va haykallari.

Ekskursiyaning ob'ektlariga qarab uning mavzulari ham turli-tuman yo'nalishlarga bo'linib ketadi. Ekskursiyalarni tartibga solish uchun guruhlash usullari ko'plab ishlatiladi:

I. Tabiatshunoslik mavzularidagi ekskursiyalar:

1. Geografik mavzudagi ekskursiyalar;
2. Geologik mavzulardagi ekskursiyalar;
3. Hidrologik mavzulardagi ekskursiyalar;
4. Landshaftlar mavzularidagi ekskursiyalar.

II. Ekologik mavzudagi ekskursiyalarning bir qismi:

1. Ekologiya va inson mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Suv havzalari ekologiyasi mavzusidagi ekskursiyalar;
3. Flora va fauna mavzusidagi ekskursiyalar;
4. Tog' tabiati mavzusidagi ekskursiyalar.

III. Tarixiy mavzudagi ekskursiyalar:

1. Tarixiy-o'lkashunoslik mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Arxeologik mavzudagi ekskursiyalar;
3. Etnografiya mavzusidagi ekskursiyalar.

IV. San'atshunoslikka bag'ishlangan ekskursiyalar:

1. Tasviriy san'at mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Musiqa-teatr mavzularidagi ekskursiyalar.

V. Adabiyotshunoslik mavzusidagi ekskursiyalar:

1. Mashhur yozuvchilar hayoti bilan bog'liq mavzudagi ekskursiyalar;
2. Badiiy adabiyotning mashhurlari bilan uchrashuv mavzularidagi ekskursiyalar.

VI. Me'morchilik – shaharsozlik mavzularidagi ekskursiyalar:

1. Me'morchilik obidaları mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Me'morchilik san'ati mavzusidagi ekskursiyalar;
3. Shaharsozlik mavzusidagi ekskursiyalar.

VII. Ishlab chiqarish sohasi mavzusidagi ekskursiyalar:

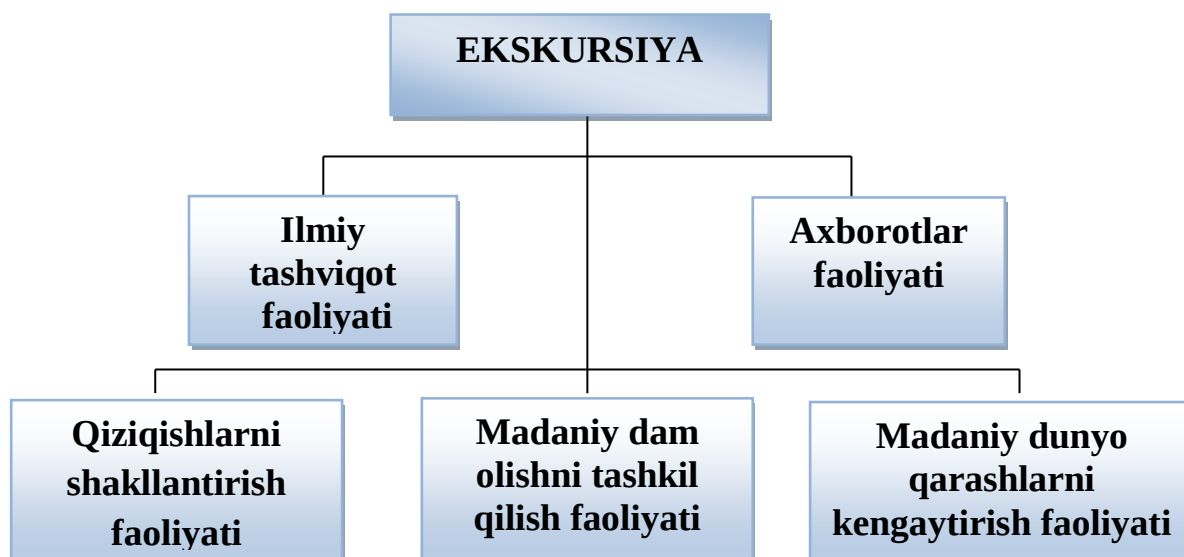
1. Tarixiy ishlab chiqarish mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Alohida zavod va fabrikalar mavzusidagi ekskursiyalar;
3. Zamonaviy texnologiyalar mavzusidagi ekskursiyalar.

Yangi gid-ekskursiya xizmatlarini tayyorlash texnologiyalari.

Yangi ekskursiya xizmatlarini tayyorlash asosan quyidagi 3 bosqichda bajariladi:

I-Bosqich – Bu bosqichda yangi ekskursiya mavzusi tanlanadi, ilmiy-amaliy manbalar o‘rganiladi, ushbu ekskursiyaning ob’ektlari mavzu bo‘yicha tanlanadi.

II-Bosqich – Bu bosqichda ekskursiyaning marshrutlari ishlab chiqiladi, marshrutdagi ekskursiyalarning texnologik haritasi, safar trassa pasporti tayyorlanadi, ekskursiyaning dasturi va axborotlar varaqasi ishlab chiqiladi.



10.1-rasm. Ekskursiya xizmatining asosiy faoliyati

III -Bosqich –Bu bosqichda ekskursiya loyihasi himoya qilinadi, marshrut oldindan o‘rganilib chiqiladi, ekskursiya rahbari tayinlanadi, ekskursiyaning gid-boshlovchisi tayinlanadi va ekskursiya loyihasi tasdiqlanadi.

Ekskursiya xizmatini o‘tkazish jarayoni 3 qismdan iborat bo‘ladi: kirish, asosiy qism va xulosalar.

1. Ekskursiyaning kirish qismi asosan 2 bo‘limdan iborat hisoblanadi:
 - a) ekskursiya guruhi bilan tanishuv;

b) ekskursiyachilarning ekskursiya marshrutida bo'lgan paytida hayot xavfsizligini ta'minlash haqida ko'rsatiladigan chora-tadbirlar (xavfsizlik mezonlari);

c) axborotlar (mavzu haqida qisqacha axborot, marshrut muddatlari haqida, ekskursiyaning boshlanishi va tugashi, sanitariya-tibbiyot holati, ekskursiyachilarning taassurotlari).

2. Asosiy qism – bu qismda asosan ekskursiya qatnashchilariga ekskursiya haqida qisqacha axborotlar beriladi. Shuningdek, ekskursiyachilarga boshqa ekskursiyalar haqida axborotlar ham yetkaziladi.

3. Ekskursiyaning xulosalari qismida ekskursiyaning o'tkazilganligi haqida hisobot tayyorlanadi va muhokamaga qo'yiladi, so'ngra tasdiqlanadi.

Bu bosqichda ekskursiyani ishlab chiqish 15 ta jarayonni o'z ichiga oladi:

1. Ekskursiyaning maqsadi va vazifalarini aniqlash;
2. Mavzuni tanlash;
3. Adabiyotlarni tahlil qilish va adabiyotlarning ro'yxatini tuzish;
4. Mavzu bo'yicha muzey fondlari va tegishli adabiyotlarni tanlash;
5. Ekskursiya ob'ektlarini tanlash va o'rganish;
6. Ekskursiya marshrutlarini tuzish;
7. Marshrutni oldindan aylanib, ko'rib chiqish;
8. Ekskursiyaning ob'ektlarini ko'rib chiqish;
9. Ekskursiyachi «portfelini» jamlashtirish;
10. Ekskursiyani o'tkazish metodlarini aniqlash;
11. Ekskursiyani o'tkazish texnikasini belgilash;
12. Metodik ishlanmalarni tuzish;
13. Ekskursiya marshrutini ishlab chiqish;
14. Ekskursiya loyihasini topshirish;
15. Ekskursiyani tasdiqlash.

10.3. Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini baholash metodikalari

Har qanday kasb mehnat faoliyat bilan bog'liq bo'lib shu kasbning asosiy xususiyatlarini belgilaydigan bilim va tajribaga ega bo'lishni talab qiladi. Bunday bilimlar ushbu kasb yo'nalishidagi ta'limni o'rganishdan, tajribalar esa mehnat faoliyati davomida o'zlashtiriladi. Shuning uchun ham gid-ekskursiyachiga, uning malakaviy kasbiga qo'yiladigan talablarning dastlabkisi quyidagilardan iborat bo'ladi:

1. Intellektuallik;
2. O'z-o'ziga ishonchliligi, qat'iyligi;
3. Javobgarlik;
4. Shaxs-mutaxassis sifatida o'ziga ishonishi va boshqa ijobiy xususiyatlari;
5. Kasbiy mahoratiga ishonishi yuzasidan yuqori pog'onalarda turishini his qilish.

Gid-ekskursiyachi kasbini egallashda esa quyidagi xususiyatlarga ega bo'lishi talab qilinadi:

1. Tashkilotchilik;
2. Har tomonlama dunyoqarashga ega bo'lish;
3. Madaniyatlilik;
4. Tahlil qila bilish.

Gid-ekskursiyachi faoliyatini baholashda quyidagi talablar qo'yiladi. Ya'ni gid-ekskursiyachi quyidagi malakaviy ishlarini bajarishga qobiliyatli bo'lishi lozim:

- ma'lum bir mavzuga oid ekskursiya marshrutlarini yig'a bilishi va yangi ekskursiya marshrutini tayyorlay bilish;
- ekskursiyaning metodlarini (texnologik karta, marshrutlar sxemasi, ekskursiyaning dasturi, ekskursiyani o'tkazish metodlari va boshqalar) yaxshi bilishi va amalda erkinlik bilan qo'llay olishi;
- ekskursiyaning o'tishi davomida yangi metodlarni qo'llay bilish;

- ekskursiyaning yo‘l-yo‘lakay yangi axborotlarini tayyorlay olishi;
- ekskursiya davomida ko‘rgazmali qurollar bilan ishlay olishi, ularni ularni tayyorlab qo‘yishi;
- ekskursiyachilarni (guruhlarini) boshqara bilishi;
- ekskursiyalarni reklama qila bilish.

10.1-jadval

Gid-ekskursiyachi mutaxassisligini egallash bosqichlari

Bosqichlar	Jarayonlarning nomlanishi	Harakat joylari
I	Odamlar bilan madaniy-ommaviy ishlarni o‘tkazish qiziqishlarining hosil bo‘lishi	Yoshlikda klublardagi tadbirlarga qatnashish, maktabdagi umumiy ta’limdagi qiziqishlar
II	Mutaxassislik bo‘yicha sistemali ta’lim olish	Mustaqil ravishda qiziqish, kollej va institutlarda o‘qish
III	Kasbiy mahoratni egallash uchun ishlash jarayonlarni tashkil qilish	Eksursiyachilar tayyorlash kurslarida o‘qish, turizm mutaxassisligi bo‘yicha oliy ta’limda tahsil olish
IV	Mutaxassislik bo‘yicha kasbiy mahoratini oshirish, mustaqil ishlay olish	Tajribali ekskursiyachilardan o‘rganish metodlarni o‘zlashtirish, malaka oshirish

Gid-ekskursiyachining shaxsiy fazilatlariga qo‘yiladigan talablar quyidagilardan iborat bo‘ladi: yoqimli tashqi ko‘rinish; e’tiborli; kuchli xotira; ishda ijodiy yondashuv; tez qaror qabul qilish qobiliyati; tashkilotchi; o‘ziga ishonuvchan; dunyoqarashi keng; nutq madaniyati, to‘g‘ri talaffuzga ega bo‘lish, so‘z boyligiga ega bo‘lishi kerak.

Shaxsiy fazilatlarga to‘g‘ri kelmaydigan ko‘rsatmalar: yurak qon-tomiri kasalliklari bilan og‘riganlarga, ruhiy va asab tizimlari buzilganlarga, nutqida va jismoniy kamchiligi borlarga bu ish tavsiya etilmaydi.

11- mavzu. TURIZM MARSHRUTLARINI ISHLAB CHIQISH JARAYONI

Reja:

11.1. Turizm marshrutlarining turlari va tasnifi

11.2. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish bosqichlari va texnologik haritasini tuzish

11.3. Turlarni shakllantirishda xizmat ko'rsatish dasturini tayyorlash jarayoni

11.1. Turizm marshrutlarining turlari

Xalqaro turizmni shuningdek, milliy turizmni rivojlantirishning asoslaridan biri turistik marshrutlarni ishlab chiqish va bu marshrutlarga turistlarni jalb qilish hisoblanadi. Puxta, qiziqarli ishlangan turistik marshrut turistlarning barcha talablarini qondiradi va natijada ko'plab turistlarni o'ziga jalb qiladi. Shuning uchun ham, turistik marshrutlarni mukammal ishlab beradigan malakali mutaxassislariga talab juda katta bo'lib, turizm marshrutlarini ishlab chiqishni o'qitish, o'rgatish O'zbekistonda turizmni rivojlantirishdagi dolzarb masala hisoblanadi.

Inson ko'rib, eshitib yurgan har qanday mo'jizaviy, qiziqarli inshootlar, tabiatning so'lim go'shalari, qadimdan saqlanib kelinayotgan tarixiy obidalar, daryolar, sharsharalar, hayvonot yoki turli – tuman o'simliklar o'sadigan joylar, tomosha bog'larining hammasiga ma'lum bir yo'ldan boriladi. Bu yo'l turizmda «marshrut» deyiladi. Marshrut – fransuzcha – marche – yurish, oldinga harakat, route – yo'l.

Respublikamizdagi barcha turistik resursga – ob'ektga- manzilu-makonga-maskanga turli yo'llar olib boradi. Bu yo'llar asfaltli, toshli, mahalliy tuproq yo'llari, so'qmoqlar va hakoza ko'rinishlarida bo'ladi. Lekin, bu yo'llarni turistik marshrutga aylantirilgandan keyingina turistik resursda turistlar soni ko'payishi mumkin.

Turistik marshrutlar. «Marshrut» soʻzi aniqlangan, belgilangan yoʻlni bildiradi. Marshrut soʻzi faqat turizm sohasida tegishli emas balki, insonlarning turizm bilan bogʻliq boʻlmagan doimiy, muntazam ravishda maʼlum tomonga, aniqrogʻi oʻziga maʼlum geografik manzilga harakatlanishini ham anglatadi. Turistik marshrut deyilganda, bu yoʻldan turist maqomini olgan yakka inson yoki insonlar guruhi yuradigan harakatlanadigan, maʼlum bir makonga boradigan va qaytadigan yoʻl tushiniladi.

Hozirgi paytda turizm marshrutlari quyidagi marshrutlarga boʻlinadi:

1. Qadimgi marshrutlar.
2. Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi marshrutlar.
3. Oʻzgartirilgan marshrutlar
4. Oʻzgarmaydigan marshrutlar
5. Tiklanadigan marshrutlar.
6. Tiklanmaydigan marshrutlar
7. Yangi, zamonaviy marshrutlar.

Qadimiy marshrutlar insoniyatning to buyuk geografik kashfiyotlargacha boʻlgan davrni oʻz ichiga oladi. Dastlabki marshrutlar oldindan oʻrganiladigan joylarga sayohatlar uyushtirish hisoblanadi. Insoniyat taraqqiyotida qadimiy ibtidoiiy odamlarning ovqat izlab koʻchib yurishlarining izlari ham hozir topilgan, isbotlangan. Eng katta va dastlabki sayohat Misr firaoni Nexao topshirigʻi boʻyicha Afrikaning dengiz qirgʻoq chiziqlari boʻylab amalga oshirilgan 3 yillik sayohati hisoblanadi. Bu sayohatni Finikiyaliklar amalga oshirdi. Ular kemalarda Qizil dengizdan Hind okeaniga chiqishdi, 3 yildan soʻng Gibraltar boʻgʻozidan oʻtib Oʻrta yer dengizi orqali Misrga yetib kelishdi. Bunday sayohatlar tarixda juda koʻplab qayd qilingan. Nexao topshirigʻi boʻyicha finikiyaliklar sayohatini keltirganimizning bosh sababi shundaki, aynan shu sayohatdan keyin 2 ta qitʼa nomlandi:

1. «Asy», «Azu» - kunchiqar – keyinchalik Osiyo nomi
2. «Ereb» - kun botar – keyinchalik Yevropa nomi.

Qadimiy marshrutlarni harakatlanish jihatidan 2 xil sharoitga bo'lishimiz mumkin:

1. Dengiz – suv yo'li marshrutlari.
2. Quriqlikdagi marshrutlar.

Dengizlar orqali amalga oshirilgan marshrutlar: Fernando Magellanning yer shari bo'ylab sayohati, Robert Skott va Raul Amundsen, shimoliy va janubiy qutblarga sayohatlari, Semyon Dejnyov va Vitus Beringning shimoliy muz okeani bo'ylab sayohatlari, M.Lazarov va N.Lisyanskiyning janubiy qutbga sayohati, Mikluxo Maklay sayohati, Xristofor Kolumb va Jeyms Kukning okeanlar bo'ylab sayohat marshrutlari.

Quruqlikda o'tgan eng katta marshrutlardan biri «Buyuk ipak yo'li» marshruti hisoblanadi. Shuningdek, xitoylik Chjan Syan yurgan yo'l ham jahondagi eng katta marshrutdir.

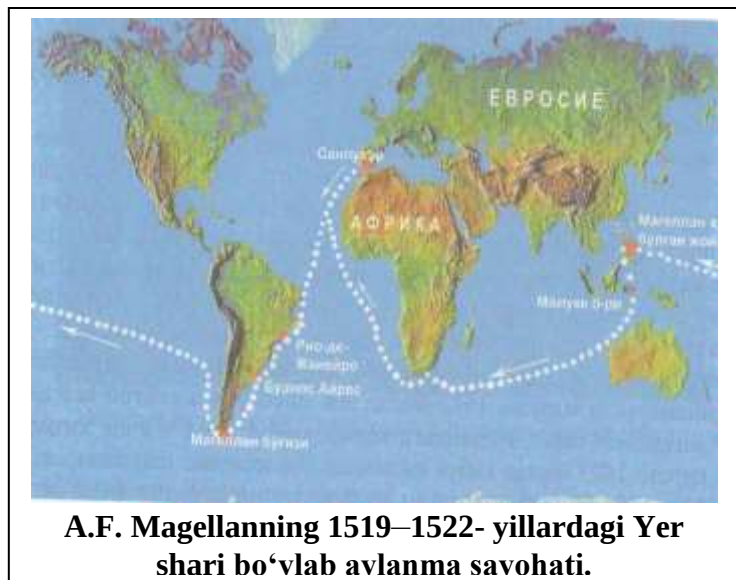
Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi marshrutlarga 1490–1504-yillardagi Xristofor Kolumb, Amerigo Vespuchchi, Vasko da Gama, Jeyms Kuk, David Livingiston, Afanasiy Nikitin, A.Tasman, Mikluxo Maklay, D.Dikson va boshqa sayyohlar ochgan marshrutlar kiradi.

Yangi zamonaviy marshrutlar Yevropada va Amerikada dastlabki avtomobillar, poyezdlar va samolyotlar, bug' bilan suzadigan kemalar ixtiro qilingan XVII–XVIII asrlarga to'g'ri keladi.

O'zgartirilgan marshrutlarni inson o'zi uchun qulaylik, sharoit yaratadigan geografik relf shakllari o'zgarganidan keyin o'zgartiradi. Albatta, yangi yo'l oldingisiga (eskisiga) qaraganda o'zining xavfsizligi, qulayligi, harakatlar uchun ko'plab sharoitlar, imkoniyatlar mavjudligi bilan ajralib turadi. O'zgartirilgan marshrutlar ko'pincha davlatlar o'rtasidagi siyosiy, iqtisodiy me'yorlarning buzilishidan kelib chiqadi. Xuddi shuningdek, davlat ichidagi marshrutlar yangi shaharlar qurilishi, boy tabiiy mineral resurslarning ochilishi bilan bog'liq bo'ladi. Sanoat ob'ektlarining markazlashuvi, arxeologik topilmalar va tabiat qo'riqxonalarining tashkil qilinishi ham ko'pincha yangi marshrutlarning kelib chiqishiga sabab bo'ladi.

O'zgarmaydigan marshrutlar – barcha yo'llar Rimga olib boradi shiorida bo'ladi va asosan dunyoning qadimiy – tarixiy obidalari, diniy rahnomalar dafn etilgan joylar, tabiatning noyob haykallari joylashgan manzillar bilan bog'liq bo'ladi. Masalan, Misrdagi piramidalar, Xitoy, Hindiston, Tailanddagi qadimiy, toshdan qurilgan ibodatxonalar, Makka, Madina, Quddus, Buxoro, Samarqand, Xiva, Vatikan kabi shaharlarga, tabiat haykallari, Niagara sharsharasiga, g'orlar, buloqlar, tog'larga boriladigan marshrutlar o'zgarmaydi. Shaharlar, davlatlar o'rtasidagi temir yo'l, havo yo'li, avtomobil yo'llari marshrutlari ham deyarli o'zgarmaydi. «Buyuk Xitoy devori» bo'ylab o'tgan marshrut ham bu devor to yo'qolib ketguncha harakatda bo'ladi, o'zgarmaydi.

Tiklanadigan marshrutlar. Bunday marshrutlar asosan qadimiy marshrutlar bo'lib asrlar o'tishi va ilmiy-texnika taraqqiyoti, marshrutda transport turlarining o'zgarishi tufayli dastlabki ahamiyatini yo'qotgan marshrutlar hisoblanadi. Masalan: Eramizdan oldingi II-



III asrlarda mashhur bo'lgan, asosan tuya karvonlari bilan harakatlanadigan «Buyuk ipak yo'li» marshrutini tiklash uchun xalqaro harakatlar boshlandi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 1995-yil 2-iyunda «Buyuk ipak yo'li»ni qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasi ishtirokini avj oldirish va Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida» Farmoni qabul qilindi. Ushbu farmon asosida «Buyuk ipak yo'li» marshrutini tiklash masalasi qadimiy yo'l marshruti aniqlanib, zamonaviy avtomagistral yoki zamonaviy temir yo'l transporti tarmoqlariga aylanishi ham

ko‘rib chiqildi. Shu bilan birga tuya karvonlari marshrutini ekzotik turizmni rivojlantirish uchun qisqa masofalarda ham tashkil qilish rejasi ishlab chiqilmoqda.

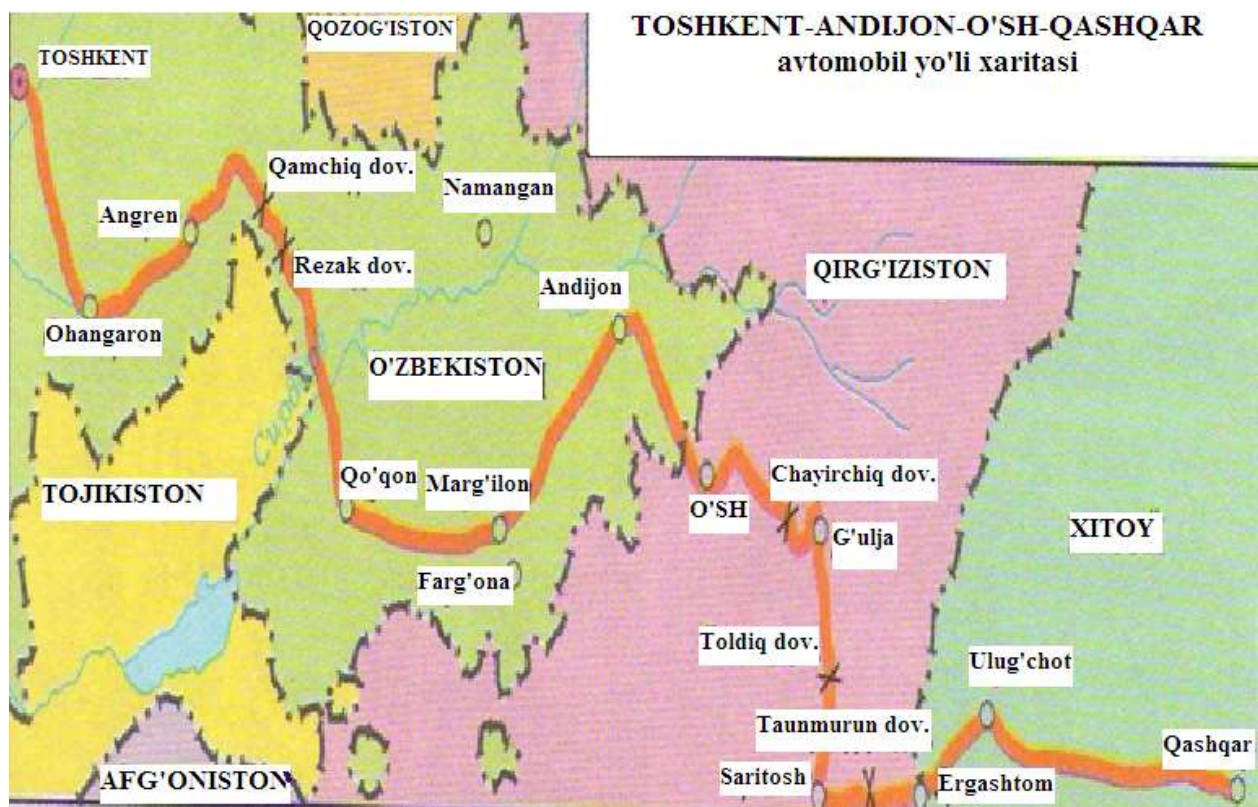
Tiklanmaydigan marshrutlar ham sobiq imperiya davlatning yoki alohida davlatning parchalanib ketishi, shaharlar, sanoat markazlarining salohiyati pasayishi yoki ilmiy-texnika taraqqiyoti rivoji bilan o‘z mavqeini yo‘qotadi. Masalan: Xristofor Kolumb, Tur Xeerdal yoki Fernando Magellanning okeanlararo kemalarda o‘tkazgan, oylab muddatlar ketgan dengiz marshrutlarini tiklashga hech hojat ham, zarurat ham yo‘q. Bunday marshrutlarni tiklash va turizmda foydalanish iqtisodiy jihatdan haddan tashqari qimmat bo‘lishi tushunarli holatdir. Bu marshrutlarni zamonaviy samolyotlarda 12-14 soatda bosib o‘tishi mumkin bo‘lmoqda.

Agarda turistlar talabi bilan ekoturizm marshruti ishlab chiqilganda ekologik turizm resurslari asosan uzoq masofalarda joylashganligidan turistlar zerikmasligi uchun yo‘l bo‘yi turistik ob‘ektlarni ham turmarshrutga kiritiladi va yo‘l-yo‘lakay qiziqarli ekskursiyalar uyushtiriladi. Bunday marshrutlar **majmualii mavzudagi turistik marshrutlar** deyiladi. Demak turistik marshrutlarning mavzulari ko‘p hollarda turizmning turlari nomi bilan bog‘liq bo‘ladi.

Yevropa – Osiyo transkontinental avtomagistral yo‘li. Xitoy va Markaziy Osiyo mamlakatlarini Rossiya orqali G‘arbiy Yevropa mamlakatlari bilan bog‘laydigan avtomagistral Jahondagi eng yirik avtomagistrallardan biri bo‘ladi. Rotterdam (Gollandiya) – Shanxay (Xitoy) portlarini bog‘laydi. Umumiy uzunligi 10 ming km. dan ortiq.

Avtomagistralning O‘zbekiston hududidan o‘tadigan qismi – Andijon – Toshkent – Nukus – Qo‘ng‘irot trassasining umumiy uzunligi 1422 km, barcha kirish yo‘llarining uzunligi 500 km bo‘lib, Farg‘ona vodiysi viloyatlaridan boshlanib, so‘ngra Toshkent, Sirdaryo, Jizzax, Samarqand, Navoiy, Buxoro viloyatlari, Qizilqum orqali Xorazm viloyati hududidan o‘tib Nukusga chiqadi. Trassa Afg‘oniston va Turkmaniston yo‘nalishidagi xalqaro trassalarni ham kesib o‘tadi.

Toshkent – Andijon O‘sh-Qashqar avtomobil yo‘li. Bu yo‘l xalqaro ahamiyatdagi yo‘l hisoblanadi. Umumiy uzunligi 940 km. O‘zbekiston (408 km), Qirg‘iziston (272 km), Xitoy (260 km) hududlaridan o‘tadi. Yo‘lda dengiz sathidan turlicha balandlikda bo‘lgan 6 ta dovon bor. Shundan O‘zbekistonda Qamchiq (dengiz sathidan 2268 m) va Rezak (2254 m) dovonlarida tunellar qurilgan. Qirg‘iziston hududida Chayirchiq (2406), Toldiq (3645 m) va Taunmurun (3536 m) dovonlari osha o‘tiladi. Bu yo‘l qadimda Buyuk ipak yo‘lining asosiy yo‘nalishlaridan biri hisoblangan karvon yo‘li bo‘lgan. 1960–1970-yillar oralig‘ida yo‘ldagi transport qatnovining ortib borayotganligi hisobga olinib, yo‘lning parametrlari (kengligi) III-IV toifaga (10-12 m) ga keltirilib, tegishli, zaruriy qismlariga asfalt-beton yotqizilib, qayta ta‘mirlangan.



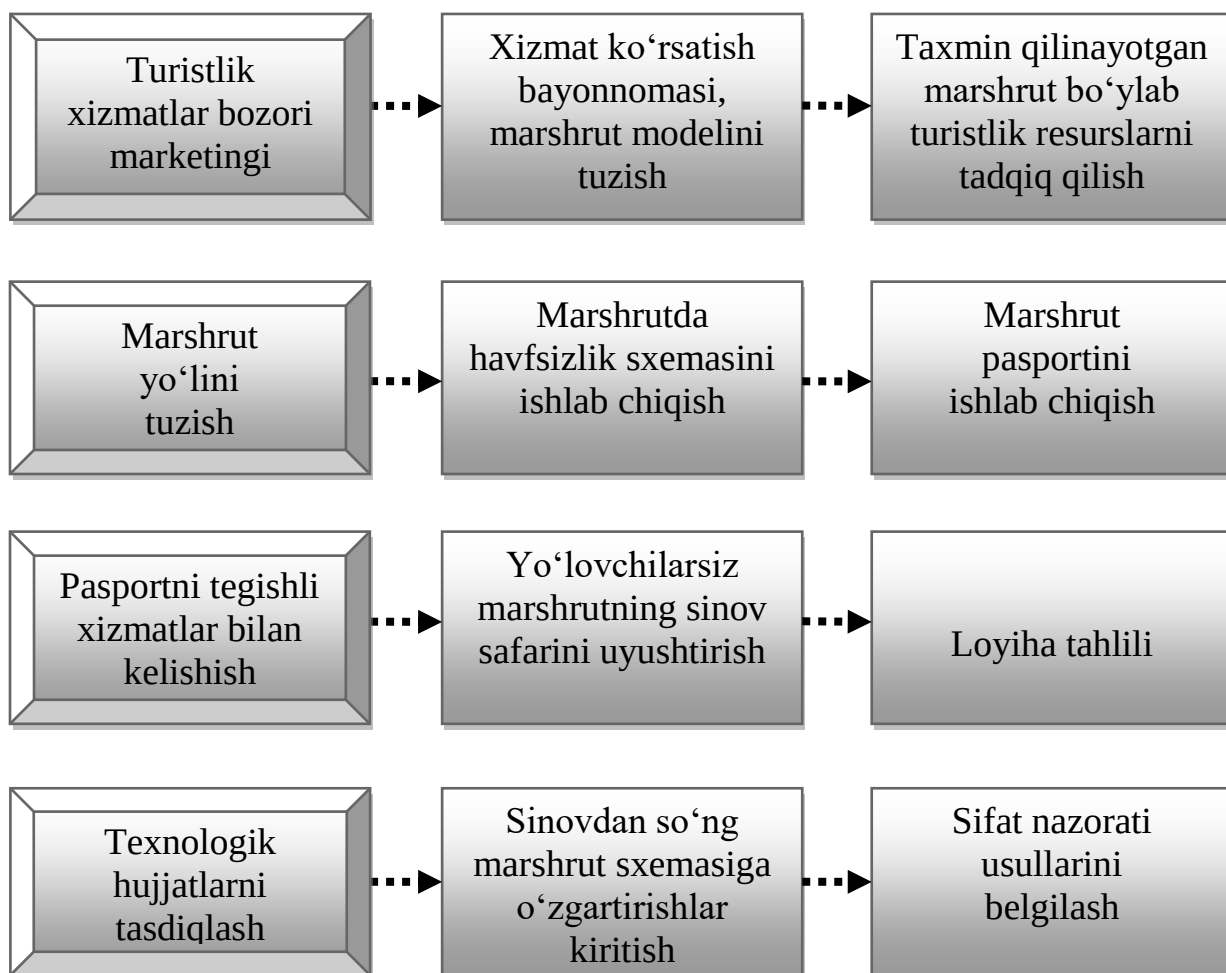
11.1-rasm. Toshkent – Andijon – O‘sh – Qashqar avtomobil yo‘li

11.2. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish bosqichlari va texnologik haritasini tuzish

Marshrut ishlab chiqilib, tasdiqlangach, tur deb ataluvchi bir «qobiqqa» qator xizmatlar va tovarlarni «jamlash»ga kirishiladi. Yuqorida aytilganidek, turning ikki xil ko‘rinishi mavjud:

- **pekij-tur**, ya’ni joylashish, ovqatlanish, ekskursiya xizmati, transport, maishiy, sport-sog‘lomlashtirish, jismoniy tarbiya, tibbiy va boshqa xizmatlarni qamrovchi kompleks turistik xizmati. Bu turning narxi katalog va prays-varaqlarda ko‘rsatiladi.

- **eksklyuziv-tur**, ya’ni ixtiyoriy ravishda tanlanadigan alohida turistik xizmatlari.



11.2-rasm. Turistik marshrutini ishlab chiqish bosqichlari va tasdiqlash ketma-ketlik rasmi

Marshrut bo'yicha turistik sayohatining TEXNOLOGIK HARITASI

1. Marshrutning asosiy ko'rsatkichlari

Marshrutning mavzusi _____

Marshrut turi _____

Murakkablik darajasi _____

Marshrut uzunligi (km), jumladan yayov, qayiqda, transportda _____

Sayohat muddati (sutka) _____

Turistlarning soni _____

Turistlar kelgan davlatning nomi _____

Marshrutdagi turistlar va xizmatchilar soni _____

Marshrutda xizmat ko'rsatishning boshlanishi _____

Marshrutda xizmatlarning tugashi _____

Turistik firma rahbari _____

Muhr:

Sayohat boshlanadigan turistik firmaning manzili _____

2. _____ marshrut bo'yicha turistlar va sayohatlarga xizmat ko'rsatish dasturi

Ekskursiya ob'ektlari	Ekskursiya ob'ektiga kirish	Ekskursiya ob'ektidan chiqish	Ekskursiya ob'ektlar orasidagi masofa va harakatlanish usuli	Dam olish va ovqatlanish manzili	1 kishi uchun harajatlar

Marshurt davomida xizmat ko'rsatuvchi turistik firmalarning rahbarlari,
manzillari, telefonlari haqida ma'lumotlar

1- turistik firma _____

2- turistik firma _____

3- turistik firma _____

Marshrutning xizmatlar dasturini ishlab chiquvchi

turistik firma rahbari imzosi _____

Muhr:

SAFAR TRASSA PASPORTI

3. Turistik korxonaning nomi _____

Turizm turi _____ safar trassasi _____

asosiy geografik punktlar nomi

Uzunligi _____ km, davomiyligi _____ sutka

Guruhdagi turistlar soni _____ nafar

Ish davri _____ dan _____ gacha

Pasport tuzilgan payt 201_____yil, _____ nusxada

O'zgarishlar kiritilgan: 201_____yil, _____ sahifa

200_____yil _____ sahifa

Pasport nusxalari jo'natilgan:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

4. Safar trassasini bosib o'tish rejasi

Yo'l kunlari	Trassa uchastkasi	Km	Harakat vositasi

Jami faol harakat vositalari bilan _____ km.

Safar trassasining qisqacha tavsifi, yo'lining murakkab uchastkalarining bayoni

1. Safar trassasi hududidagi iqlim to'g'risida ma'lumot (mazkur marshrut ishi davriga to'ldiriladi)

Ma'lumotlar	Oylar	06	07	08	09
Harorat S^0	O'rtacha Minimal Maksimal				
Shamol tezligi m/s	O'rtacha Maksimal				
Yog'ingarchilikning o'rtacha miqdori <i>mm</i>	O'rtacha Maksimal				

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

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

№	Mavzu	Mashg'ulotlar soat hajmi	O'tkazish shakli

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

5. Trassani bosib o'tish uchun turistik jihozlari:

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

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

6. Safar trassaning obodonchiligi

Markirovka (ramziy belgilar) _____

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

Korxona direktori _____

Katta instruktor _____

«**Kelishilgan**»

(kelishuvchi tashkilotlar imzosi)

11.3. Turlarni shakllantirishda xizmat ko'rsatish dasturini tayyorlash jarayoni

Xizmatning har bir tavsifi ist'emolchi va ijrochi uchun imkoniyat darajasida ahamiyatli bo'lishi shart. Xizmatning muayyan tavsifi tegishli xizmat turlariga belgilangan davlat standarti talablaridan kam bo'lmasligi lozim.

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoniga qo'yiladigan talablarni batafsil yorituvchi hujjatlar quyidagilarni qamrab olishi shart:

- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni, shakli va usullari bayoni;
- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni tavsifining mazmuni;
- foydalaniladigan uskunalarning turiga, miqdoriga va qabul qilish qobiliyatiga talablar;
- zarur xizmatchilar soni va ularning kasbiy malakasi darajasini;
- buyurtmalar va xizmatlarning shartnomaviy ta'minoti;
- kafolatlar;
- zaruriy kelishuvlar (rekratsion zaxiralar mulkdorlari, sanitariya – epidemiologiya va yong'in xavfsizligi, DAN va boshqa organlar bilan).

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoniga qo'yiladigan aniq talablar amaldagi me'yoriy hujjatlar talablaridan kam bo'lmasligi lozim.

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonini loyihalashtirish xizmat ko'rsatishning har bir bosqichi bo'yicha (masalan, xizmatlar bo'yicha ma'lumot berish, xizmat ko'rsatish, xizmatlar uchun hisob-kitob) amalga oshiriladi va ularning har biri uchun alohida texnologik harita tuziladi.

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

- sayohat marshruti;
- xizmatlar ijrochisi bo'lgan – turistik korxonalar ro'yxati;
- xizmatlar ijrochisi bo'lgan har bir korxona taqdim etadigan turlar vaqti;
- ekskursiyalar va qadamjo ob'ektlar tarkibi;
- sayyohlar sayri va safarlar ro'yxati;
- dam olish tadbirlar majmuasi;
- marshrutning har bir punktida to'xtash vaqti;
- sayohatda qatnashayotgan sayyohlar soni;
- ichki marshrut yuk tashuvidagi transportlar turi;
- turizm bo'yicha yo'riqchi-uslubchi, ekskursovod, gid-tarjimon, boshqa xizmat ko'rsatuvchi personalga va ularni zaruriy qayta tayyorlashga bo'lgan ehtiyoj;
- transport vositalari;
- reklama, axborot va kartog'rafik materiallar shaklini tayyorlash, turistik yo'llanmalari uchun axborot varaqalarida sayohat tavsifi.

«Turistik sayohati» xizmatini loyihalashtirishning natijasi quyidagi turistik korxonasining texnologik hujjatlari hisoblanadi:

- turistik sayohatining texnologik haritasi;
- turistik korxonasining yuklanish grafigi;
- iste'molchiga taqdim etiladigan turistik yo'llanmasining axborot varaqasi.

«Turistik safari» xizmatini loyihalashtirish quyidagilarni nazarda tutadi:

- turistik safari kechadigan hudud va marshrutni ekspeditsion tekshiruvini o‘tkazish;

- turistik safar yo‘lidagi (trassadagi) joylashtirish va uskunalar, turar joylar loyihalarini ishlab chiqish va tayyorlash;

- zaruriy turistik jihozlari, uskunalarini va transport vositalarini sonini hisob-kitob qilish;

- turizm bo‘yicha yo‘riqchi-uslubchilar, boshqa xizmat ko‘rsatuvchi personalga bo‘lgan talabni aniqlash hamda ularning tayyorgarligini tashkil etish;

- safar yo‘li bayonnomasi ko‘rsatilgan reklama – axborot materiallarini tayyorlash;

- «turistik safar» xizmati xavfsizligi bo‘yicha choralarni belgilash.

Safar yo‘lini ishlab chiqish hududlar bo‘yicha mo‘tadil iqlim sharoiti, ekologik va sanitariya me‘yor va talablariga javob beradigan, amaldagi me‘yoriy hujjatlarda belgilangan tarzda (SSBT, tabiat muhofazasi sohasi standartlariga mos keladigan), hamda aniq turizm turi rivojining real imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi.

«Turistik safar» xizmatini loyihalashtirishning hujjatli asosi marshrutning ekspeditsion tekshiruvi va sayyohlar xohishini sotsiologik o‘rganish o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi hisobot hisoblanadi. «Turistik safar» xizmatini loyihalashtirishning natijasi uning yo‘l pasporti hisoblanadi.

Turistik safarining yo‘l pasporti quyidagi tashkilotlar bilan kelishiladi:

- sanitariya – epidemiologiya xizmati organlari;
- transport vositalari harakatini nazorat qiluvchi boshqa tashkilotlar (DAN, suv inspeksiyasi va b.);

- er maydoni boshqaruvi organlari (mulkdorlar) bilan, agar ular hududidan turistik safari yo‘li o‘tgan bo‘lsa.

Turmahsulotni hisoblash jarayoni. Ushbu xolatda soddalashtirilgan, ammo barcha jarayonlarni tushuntirishga imkon beruvchi texnologiya taklif etiladi. O‘z tarkibiga Toshkent, Buxoro va Samarqand shaharlarini oluvchi **«Buyuk ipak**

yo‘lidagi qadimgi shaharlar» nomli turpaketni ko‘rib chiqamiz. Mazkur yo‘nalish Fransiya turistlari uchun tavsiya etiladi. Sayohat muddati–7 kun va 6 kecha. Hisob-kitobni bir nafar turist uchun amalga oshiramiz. Asosiy turmahsulot (turprodukt) tarkibiga qo‘yidagilarni kiritamiz.

Birinchidan, **transport xizmatlari (TSer)** – Parijdan Toshkentgacha uchib kelish va uchib ketish. Biletning narxi ikki tomonga 980 dollarni tashkil etadi.

Ikkinchidan, **transfert xizmatlari (SerTr)**–bu turistni aeroportdan mehmonxonagacha olib boorish, turistni mamlakat bo‘ylab tansprortda olib yurish va mehmonxonadan aeroportga olib ketish harajatlari. Aytaylik, bir kunlik mazkur harajat–30 dollarni tashkil qilsin.

Uchinchidan, **mehmonxonalarda yashash (Acc) – Toshkentda** (2 sutka), Buxoroda (2 sutka) va Samarqandda (2 sutka), o‘rtacha bir o‘rinli nomer sutkasiga – 30 dollar. Mazkur harajat tarkibiga ertalabki nonushta harajatlari ham kiritilgan.

To‘rtinchidan, yuqorida qayd qilingan uchta shahar **restoranlarida ovqatlanish** (tushlik va kechki ovqat – 20 dollar).

Beshinchidan, uchta shaharda **tarjimon – ekskursiya yetakchilarning (SerG)** xizmatlari – sutkasiga 5 dollar miqdorida.

Oltinchidan, **diqqatga sazovor joylarga tashrif buyurish (TurS)** – muzeylar, Ko‘kaldosh madrasasi, Ulug‘bek observatoriyasi, Registon maydoni, Shohi-Zinda ansambli, Labi-xovuz majmui va boshqa tarixiy, arxitektura, madaniyat ob‘ektlari (jami – 50 dollar).

Yettinchidan, turni tashkil etgan **turfirma harajatlari va foydasi (IaP)**, turetakchining kutib olishi-kuzatishi – 100 dollar.

Sakkizinchidan, boshqa davlatda turistni tashrif buyurgan barcha kunlari uchun ixtisoslashgan **kompaniyaga sug‘urta to‘lovi (badali) (SK)** – sutkasiga 2 dollar miqdorida.

Shunday qilib, turmahsulot summasi:

OTur = TSer (\$980) + SerTr (\$30x7 kun) + Acc (\$30x 6 kun) + FR (\$20x7 kun) + SerG (\$5x7 kun) + TurS (\$50) + IaP (\$100) + SK (\$2x7) = 1709 dollar.

Shuni hisobga olish zarurki, bu dastlabki narxlaridir, biroq, turfirma doimo harajatlarni qisqartirishi va aviakompaniyalardan, avtotransport tashkilotlaridan, mehmonxonalaridan, diqqatga sazovor joylardan chegirmalar olishi mumkin.

Qo'shimcha xizmatlar mijozning istak-xohishi bo'yicha kiritilishi mumkin. Masalan, turistlar uchun bo'sh vaqt ajratiladi (harid uchun, mustaqil sayohat uchun va h.k.). Bunda Xumsan tog'larida otda sayr qilish (Bo'stonliq tumani), qimizdan tatib ko'rish, Buxoroda hammomga yoki shaxsiy turar joylarga tashrif buyurish, Samarqandda – to'yda yoki tantanali marosimlarda ishtirok etish. Firma bunday madaniy xizmatlarni taqdim etuvchi tashkilot va muassasalar bilan olidindan shartnomaga ega bo'lishi kerak. Tabiiyki bunday qo'shimcha xizmatlar turmahsulot narxini qimmatlashtiradi .

Turmahsulot o'z tarkibiga marshrutni batafsil ifodalashni kiritadi. U quyidagicha bayon qilinishi mumkin:

Birinchi kun. Parijdan Toshkentga uchib kelish (soat 6.05.). Mehmonxonaga transfert (8.00). Joylashish va dam olish (to 9.30 gacha). Shahar bo'ylab ekskursiya (10.00-13.30). Restoranda tushlik (13.30-14.30). Gid-ekskursiyachi hamrohligida madrasalar va madaniy markazlarga tashrif (13.30-17.30). Teatrlashtirilgan dasturda ishtirok etish (18.00-19.30). Kechki ovqat (20.00 da). Tungi uyqu (bo'sh vaqt).

Ikkinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Tarixiy joylarga sayohat (8.00-13.30). Tushlik (13.30-14.30). Bo'sh vaqt (14.30-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Tungi uyqu (bo'sh vaqt).

Uchinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Samarqandga jo'nash (8.00-13.00). Joylashish va dam olish (13.00-14.00). Tushlik (14.00-15.00). Shahar bo'ylab ekskursiya, Registondagi teatrlashtirilgan shouda ishtirok etish (15.00-20.00). Kechki ovqat (20.00). Tungi uyqu (bo'sh vaqt).

To‘rtinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Tarixiy joylarga sayohat (8.00-13.30). Tushlik (13.30-14.30). Bo‘sh vaqt (14.30-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Tungi uyqu (bo‘sh vaqt).

Beshinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Buxoroga jo‘nash. (8.00-12.00) Joylashish va dam olish (12.00-13.00). Tushlik (13.00-14.00). Shahar bo‘ylab ekskursiya, Labi-Hovuzdagi teatrlashtirilgan shouda ishtirok etish (15.00-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Tungi uyqu (bo‘sh vaqt).

Oltinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Tarixiy obidalarga sayr qilish (8.00-13.30). Tushlik (13.30-14.30). Bo‘sh vaqt (14.30-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Tungi uyqu (bo‘sh vaqt).

Yettinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Toshkentga jo‘nash (8.00-18.00). Yo‘lda tushlik (13.00-14.00). Shahar bo‘ylab ekskursiya (18.00-21.00). Aeroportga transfert (21.00). Parijga uchib ketish (24.00).

Yuqoridagilardan shu narsa ma‘lum bo‘lmoqdaki, yo‘nalish batafsil va mukammal bo‘lishi, shahar bo‘ylab harakatlanish xaritalari uning tarkibida mavjud bo‘lishi talab etiladi. Unda barcha diqqatga sazovor joylar, mehmonxonalar, restoranlar, aloqa telefonlari va boshqa zarur bo‘lgan foydali ma‘lumotlar bo‘lishi zarur. Masalan, turistlar o‘z sayohatlari davomida astronomiya fanining rivojiga buyuk hissasini qo‘shgan alloma – Mirzo Ulug‘bekning observatoriyasiga tashrif buyuradi. Shu sababli, Ulug‘bekning tarixiy hayoti va ilmiy faoliyatiga batafsil to‘xtalish, ma‘lumot berish zarur. Bundan tashqari turistlar yo‘lidagi qadimgi kishilarni to‘xtagan joylarini ham qayd etish mumkin. Bularning barchasini jarangli va mazmunli nomlar bilan yetkazish lozim.

Yuqorida qayd etilganidek, turmahsulot turistlarga paket («pekidj») larda sotiladi. Turoperator turagentlarga komission chegirmalar taqdim etadi yoki turagent o‘z xizmatlari – reklama, mijozlarni topish, hujjatlarni rasmiylashtirish va boshqalar uchun ustama haq qo‘yadi. Shu bilan birga, paketdagi taqdim etilayotgan turning narxini hisoblashni bilish lozim. Turmahsulotning narxini normativ kalkulyatsiya usuli bilan hisoblash mumkin. Unga turistlarga xizmat ko‘rsatish va

turistlar guruhini kuzatish bilan bog'liq bo'lgan barcha sarf-harajatlar kiradi. Turmahsulot narxining formulasi qo'yidagicha hisoblanadi:

$$P_{tur} = \frac{SU + Stax + PrT - ZT \pm Kd}{N_{tour} + N_{gr}}$$

Bu yerda, P_{tur} – milliy valyutada bitta turistning turpaket narxi (yoki dollar ekvivalentida);

SU – turoperatorning turpaketi ichiga kiradigan xizmatlar tannarxi; $Stax$ – alohida xizmat turlari bo'yicha bilvosita soliqlar summasi (NDS);

PrT – turoperatorning milliy valyutadagi foydasi (yoki dollar ekvivalentidagi);

ZT – turpaket tarkibiga kiruvchi alohida xizmat turlari uchun turistga turoperator taqdim etayotgan chegirma;

Kd – turagentni komission mukofotlash (ko'p hollarda bu turpaket narxiga qo'shimcha yoki turoperatorning turagent foydasiga narxdan chegirmasi);

N_{tour} – guruhdagi turistlar soni;

N_{gr} – guruhga yo'lboshchi sifatida hamkorlik qiluvchilarning soni.

Turpaket narxi to'g'risida fikr yuritilganda, quyidagilarni qayd qilish juda muhim, jumladan:

- turist mazkur turpaket narxi ichiga kirmaydigan qo'shimcha xizmatlarni buyuradi, biroq, buning uchun qo'shimcha haq to'lashga tayyor;

- turistlar soni qanchalik ko'p bo'lsa, turoperator turagentga taqdim etayotgan chegirmasi shunchalik katta bo'ladi va kishi boshiga hisoblaganda turning tannarxi shuncha past bo'ladi;

- ba'zida tur narxi nomavsumiy vaqtda transportga, joylashtirish vositalariga, diqqatga sazovor joylarga ekskursiyalar yanada past narxlarda belgilanadi, turistlarni yosh tarkibiga (bolalar va maktab o'quvchilariga) turizmni ko'pgina xizmatlarining narxiga kattagina chegirmalar beriladi, mintaqaga ba'zi davlatlar chet el turistlarini ko'proq jalb etish maqsadida turizm faoliyati uchun imtiyozlar taqdim etadi;

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

Bularning barchasida narx doimo elastik, moslashuvchan bo'lishi, ya'ni bozor o'zgarishlariga aniq moslashishini hisobga olishi zarur.

12-mavzu. TURIZM INDUSTRIYASI VA INFRATUZILMASI

Reja:

12.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi tushunchalarining mohiyati

12.2. Turoperatorlar va turagentlar faoliyati

12.3. O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari

12.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi tushunchalarining mohiyati

Bugungi kunda «turizm industriyasi» tushunchasining ko'plab ta'riflari mavjud bo'lib, bunday ta'riflardan eng ishonchli va mukammalroqlaridan biri Birlashgan MillatlarTashkilotining 1971-yilda o'tkazilgan savdo va taraqqiyotga bag'ishlangan anjumanida berilgan edi¹⁶. Ushbu anjumanda e'tirof etilganidek, turizm industriyasi turistlar ehtiyojini qondirish uchun turistik mahsulotlar yaratishga yo'naltirilgan barcha turistik tashkilotlarning turli faoliyatlar yig'indisidan iborat.

Keyingi yillar davomida ushbu ta'rifning mazmun va mohiyatini aniqlash hamda turizm industriyasining tarkibiy qismlarini tavsiflash yo'lida ko'plab tadqiqotlar bo'ldi. Ammo bunga qo'l urgan tadqiqotchi va amaliyotchilar turli qiyinchilik, to'siqlarga duch keldilar. Bunday qiyinchiliklarning yuzaga kelishiga asosiy sabab turizm industriyasining iqtisodiyotning boshqa sohalari bilan chambarchas bog'liqligidadir. Turizmning keng darajadagi ehtiyojini qondirishda sanoat va qishloq xo'jaligi, qurilish va savdo sohalari yagona, alohida bir tuzilmalar sifatida ishtirok etadilar. Shu sababli, turizm industriyasini boshqa sohalardan keskin chegaralash o'ta mushkul masaladir.

¹⁶ <http://www.unwto.org>

Hozirgi kunda faol iste'molchi o'ziga kerakli, xizmatlar haqida individual tasavvurini shakllantiradi va bu taklifga bevosita ta'sir o'tkazadi. Natijada turizm industriyasi o'z tarkibini o'zgartirib, yangi, zamonaviy turistning xohish-istaklari hisobga olingan turistik-rekreatsion ob'ektlarni yaratadi hamda turistlarga xizmat ko'rsatish sohasiga yashash tarzining qulayligi va ko'rsatilayotgan xizmatlarning yuqori sifatliqligini, originalligini ta'minlash uchun zarur bo'lgan yangi faoliyat turlarini jalb etadi. Bu esa, o'z navbatida, turizm infratuzilmasini tashkil etuvchi muhit va resurslardan jadal foydalanishga hamda avvallari turistik hisoblanmagan yangi resurslarni (qishloq va ekologik turizm) muomalaga jalb etishga undaydi. Turizm industriyasi mavjud resurslardan shunchaki foydalanib qolmasdan, balki muhitga nisbatan o'z individual talabini shakllantirib, o'zaro ta'sir harakterini o'zgartiradi.

Turizm industriyasi – bu mehmonxonalar va joylashtirish vositalari, transport vositalari, umumiy ovqatlanish ob'ektlari, ko'ngil ochish ob'ektlari va vositalari, davolash, sog'lomlashtirish, sportga doir, diniy-marosimchilik, ishbilarmonlikka va boshqa maqsadlarga molik vositalar, turizm operatorlari va turizm agentligini amalga oshiruvchi, shuningdek, turizm infratuzilma tashkilotlari majmuidan iborat bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonunida turistik industriya tushunchasi quyidagicha ta'riflanadi: **turistik industriya – turistik faoliyatning turistlarga xizmat ko'rsatishini ta'minlovchi turli sub'ektlar (mehmonxonalar, turistik komplekslar, kempinglar, motellar, pansionatlar, umumiy ovqatlanish, transport korxonalari, madaniyat, eksport muassasalari va boshqalar) majmui**, deb berilgan.

Taraqqiyotning hozirgi bosqichida mamlakatning yoki turistik markazning ijtimoiy tuzilishidan qat'iy nazar turizm industriyasida turistik faoliyatni amalga oshiruvchi bir qancha turli xildagi korxonalar, chunonchi: turizmni tashkillashtiruvchi turoperator va turistik agentliklar mavjud. Bundan tashqari turistlarni tashuvchi, mehmonxonalar va joylashtirish tizimining boshqa

korxonalari, umumiy ovqatlanish, attraksionlar va ko'ngil ochar joylari, shuningdek, ular qatoriga bank sohasidagi muassasalar, sug'urta xizmati va boshqalar kiradi. Turizmning maxsus turlarida davolash muassasalari, o'qitish tizimi muassasalari hamda aniq turistik mahsulotning maqsadlariga muvofiq keladigan sport va boshqa muassasalar ishtirok etishlari mumkin. Bu tashkilotlarning barchasi bir-birlarini uyg'un ravishda to'ldirishi va iste'molchi uchun zarur bo'lgan hamda assortiment bo'yicha yetarli darajadagi barcha xizmatlarni ko'rsatadi.

Turizm infratuzilmasi tushunchasi- turistik faoliyatni amalga oshirishda turistlarning turistik resurslaridan bema'lol foydalanishini ta'minlovchi bino va inshootlar tizimi, muxandislik va kommunikatsiya tarmoqlari, shu jumladan yo'llar, turizmning turli xizmat ko'rsatish korxonalari va ularni kerakli darajada ishlatish va ta'minlash tushuniladi.

Bu avtomobil va temir yo'llar, yo'l harakatini, havo yo'llarini, dengiz va daryo yo'lari harakatini tartibga soluvchi, issiqlik, suv, elektr va telefon aloqalari bilan ta'minlash va boshqa kommunikatsiya tizimlaridir. Ma'lumki, turizm sohasida turistik resurslari, ya'ni tabiiy-iqlim, tarixiy-madaniy, ma'rifiy, ijtimoiy-maishiy turizm ob'ektlari bo'lgan hududlarda kerakli infratuzilmani yaratish muhim masalalardan biri hisoblanadi. Yo'llarning ravonligiga qarab ham sayyohlar oqimining oshishi yoki kamayishi mumkin. Yo'llar, bozorlar mamlakatning iqtisodiy va madaniy ahvoli qay darajada rivojlanganidan dalolat beradi.

Turist-avvalo dam oluvchi bo'lib, unga ko'rsatiladigan xizmatlar iste'molchisi ekanligini unutmasligimiz lozim. Bular nafaqat avtomobil yo'llari, shuningdek, temir yo'llarga ham taa'luqlidir. Vokzal va po'ezd relslaridan tortib, uning ichidagi kommunikatsiya va muhandislik tarmoqlarining barchasi – turizm infratuzilmasining tarkibiy qismi bo'lib hisoblanadi. Nafaqat avtomobil yoki temir yo'llar, xatto turistlar uchun maxsus ajratilgan yo'llar va yo'laklar ham talab darajasida bo'lmog'i kerak.

Mehmonxona va shunga tenglashtirilgan joylardagi kommunikatsiya va

muxandislik tarmoqlarida ham muammolar bo'lmisligi turizm sohasining yangi pog'onalariga ko'tarilishida o'ziga xos o'rinni egallaydi. Bir tasavvur qilib ko'raylik: issiqlik tarmog'i ishlamaydigan, elektr tarmog'i past, kanalizatsiya tarmog'i bo'lmagan yoki ichimlik suvi talab darajada bo'lmagan mehmonxonalarda turistning bo'lishi, bular va boshqalar turizm infratuzilmasining rivojlanishidagi kechiktirib bo'lmis va tezda xal qilinishi zarur bo'lgan muammolardan biri hisoblanadi.

Ayniqsa, olis, tog'li joylar, yo'l trassalari kabi hududlarda bu muammolarni hal etish katta kapital mablag' talab qiladi. Hozir Respublikamizning avtomobillar qatnaydigan trassalarida shoh bekatlarning ahvoli xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatadigan darajada emas. Turistlar tezda hojatini chiqarib oladigan yoki zarur tibbiy yordam beriladigan ob'ektlarning zamon talabi darajasida emasligi infratuzilma ob'ektlarini qurish borasidagi dolzarb ishlar qatoriga kiradi.

Bir vaqtlar Buyuk ipak yo'li o'tgan joylardagi muhim maskanlarda karvonsaroylar bo'lgan. Karvonsaroylar savdo karvonlari uchun hozirgi vaqtlardagi mehmonxonalar xo'jaligi vazifasini o'tagan. Unda karvonlar va savdogarlar tunaydigan xonalardan tortib, ichimlik suvi, ovqatlanish xizmati va boshqa xizmatlar (tabiblar, mashshoqlar, qo'riqchilar) o'z joyiga qo'yilgan. Yurtimiz ko'hna tarix va madaniyatga ega.

Hozirda kanalizatsiya deb ataluvchi tarmoq bundan uch ming yil avval xizmat ko'rsatganligini isbotlovchi dalillarni arxeologiya sohasi olimlarimiz tadqiqot ishlarida ko'rsatib berishgan. Bu esa kommunikatsiya tarmoqlari, ichimlik suvi (sardobalar) maxsus quvurlar kulolchilik mahsulotlari sopol quvurlar orqali olib kelinganligidan daloldat beradi. Mana shunday tarixiy, an'anaviy merosimizni yana tiklash, zamonaviy holatga keltirish ham bugungi kunning dolzarb masalasidir.

Hozirgi paytda turizm infratuzilmasida bank va moliyaviy tashkilotlar – xizmatlarning o'rni alohida. Turistlar sayohatda va dam olishda xilma-xil xizmat turlaridan foydalanishni xoxlaydilar. Ya'ni, o'z xohishi bo'yicha biror narsa sotib olishni istashadi. Bunda ular ko'ngil ochish uchun har kuni ko'p miqdorda pul

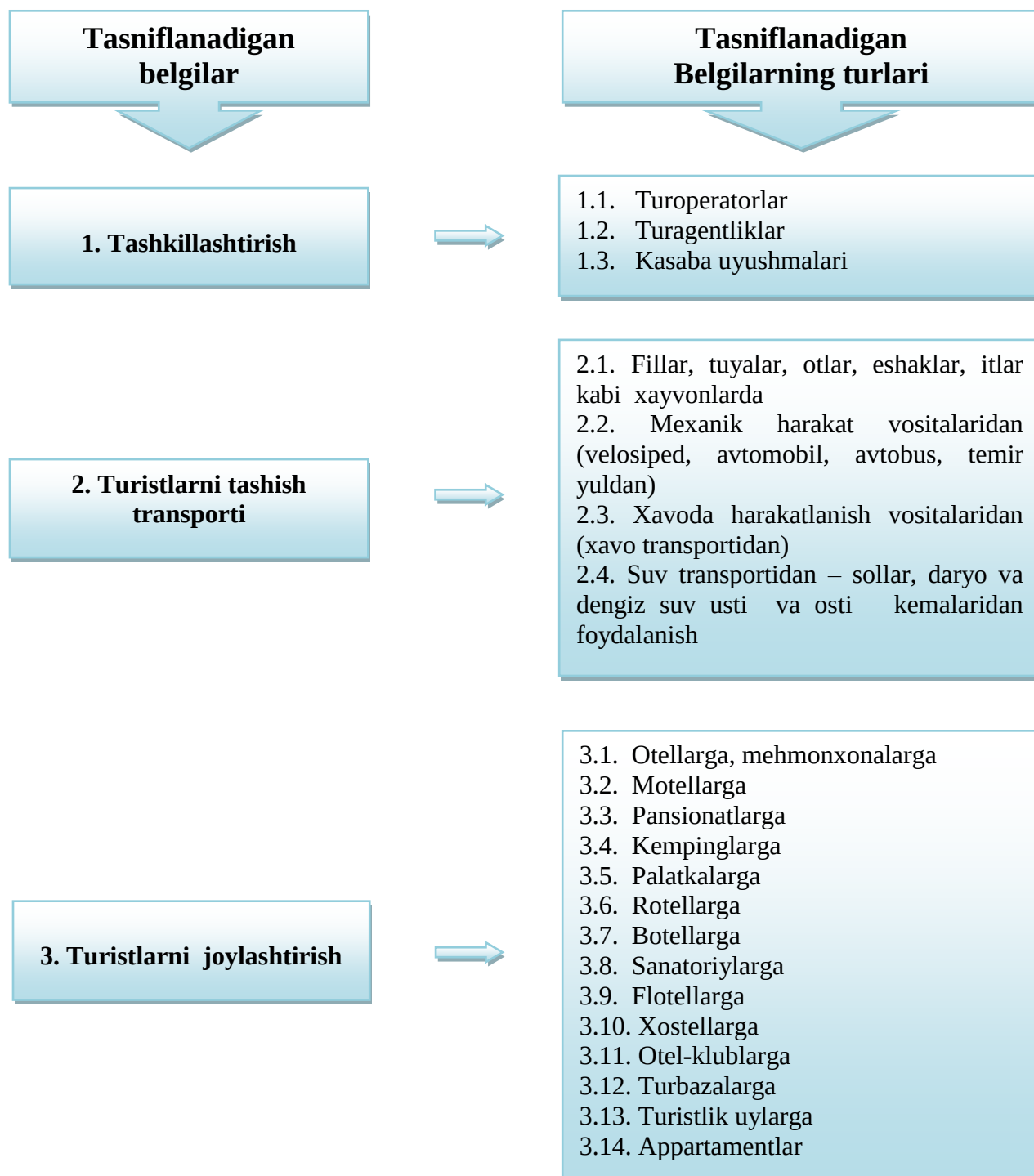
sarflashadi. Pulni ayniqsa, katta miqdordagi pulni ko'tarib yurish, turistlarga noqulaylik va qiyinchiliklar tug'diradi. Turistlarning ko'p miqdorda pulni olib yurishi o'g'rilarni, qaroqchi va tovlamachilarni va har-xil turdagi jinoyatchilarning jinoiy harakat qilishlariga olib keladi. Turizm sohasi tashkil topishi bilanoq, to'g'rilanishi va tartibga olinishi mumkin bo'lgan xavfsiz pul bilan ta'minlash muammosi paydo bo'ldi.

Axborot xizmati ham turizm infratuzilmasida turistlarga ham va uning tashkilotchilariga ham juda zarurdir. Turist sayohatga tayyorlanayotganda hamda sayohat vaqtida o'zi boradigan joy haqida o'sha mamlakat yoki boradigan hududning qonun-qoidalari, odatlari, mexmondo'stligi haqidagi qo'shimcha ma'lumotlarga, shuningdek, o'sha joyning haritasiga, transport magistrallari sxemasiga muhtoj bo'ladi. Sayohat va turistlarning sarguzashtlari haqidagi ma'lumotlar ommabop va maxsus adabiyotlar ko'rinishida chop etiladi va bu holat turistlarni samarali sayohat qilishga chorlaydi.

Turizm infratuzilmasini zamonaviy kompyuter xizmatidagi tasavvur etish qiyin. Tezkor axborot va so'zlashuv, yangiliklardan xabardorlik turizmning muhim bir jihatidir. Hozirgi turist internet, faks va boshqa zamonaviy texnika vositalaridan foydalanishiga talab turizm infratuzilmasini qay darajada ekanligidan yana bir nishonadir. Zamonaviy elektron vositalari, shu jumladan, turistik xizmatlar, turistik markazlar haqidagi ma'lumotlar joylashgan millionlab saytlarga ega bo'lgan Internet tarmoqlari nafaqat sayohat va turistik agentliklarni tanlash, hattoki, tur sayohatning chiptalari, xizmatlar uchun to'lovlarni ham oldindan tayinlab qo'yish mumkin.

Tasniflanadigan belgilarning turlari bo'yicha turizm industriyasi va infratuzilmasining tarkibiy qismi quyidagi rasmda batafsil ifodalangan.

Turizm industriyasining tarkibiy qismi



4. Turistlarni ovqatlantirish



- 4.1. Kafelarda
- 4.2. Barlarda
- 4.3. Restoranlarda
- 4.4. Sharq taomlari oshxonalarida
- 4.5. G'arb taomlari oshxonalarida
- 4.6. Yevropa taomlari oshxonalarida
- 4.7. Milliy taomlar oshxonalarida
- 4.8. Pavilonlarda

5. Turistlarni sayohat joylari bilan tanishtirish



- 5.1. Tarixiy-me'moriy obidalar bilan
- 5.2. Mustaqillik inshootlari bilan
- 5.3. Arxeologik qazilmalar bilan
- 5.4. G'aroyib voqealardan qolgan qoldiqlar bilan
- 5.5. Ko'rkam bog'lar bilan
- 5.6. Xushmanzara tog'lar bilan
- 5.7. Orombaxsh suv havzalari bilan

6. Turistlarning bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish



- 6.1. Har xil sport inshootlarida
- 6.2. Kinoteatrlarda
- 6.3. Teatrlarda
- 6.4. Konsertlarda
- 6.5. Har xil tinch-osuda joylarda

7. Turoperatorlar



Turoperatorlar turistik mahsulotni shakllantirishini, uni bozor tomon haraktaini, shuningdek, realizatsiya qilinishini taminlovchi yuridik shaxsdir.

8. Turistik agentliklar (turagent)



Bu iste'molchiga - turistga yoki mijozlarga ayrim turistik xizmatlar va turlarni chakana sotish funksiyasini amalga oshiruvchi korxona yoki jismoniy shaxsdir.

9. Transport xo'jaligi



- transfer, ko'p hollarda avtobus, turistlarni jo'natish joyidagi asosiy tashuvchiga yetkazib berish, turistlarni aeroport terminalidan, vokzaldan mehmonxonaga eltish hamda xuddi shu operatsiyalarni turistlar vatanlariga qaytayotganlarida bajarish;

- borishlari kerak bo'ulgan uzoq masofalarga eltish;

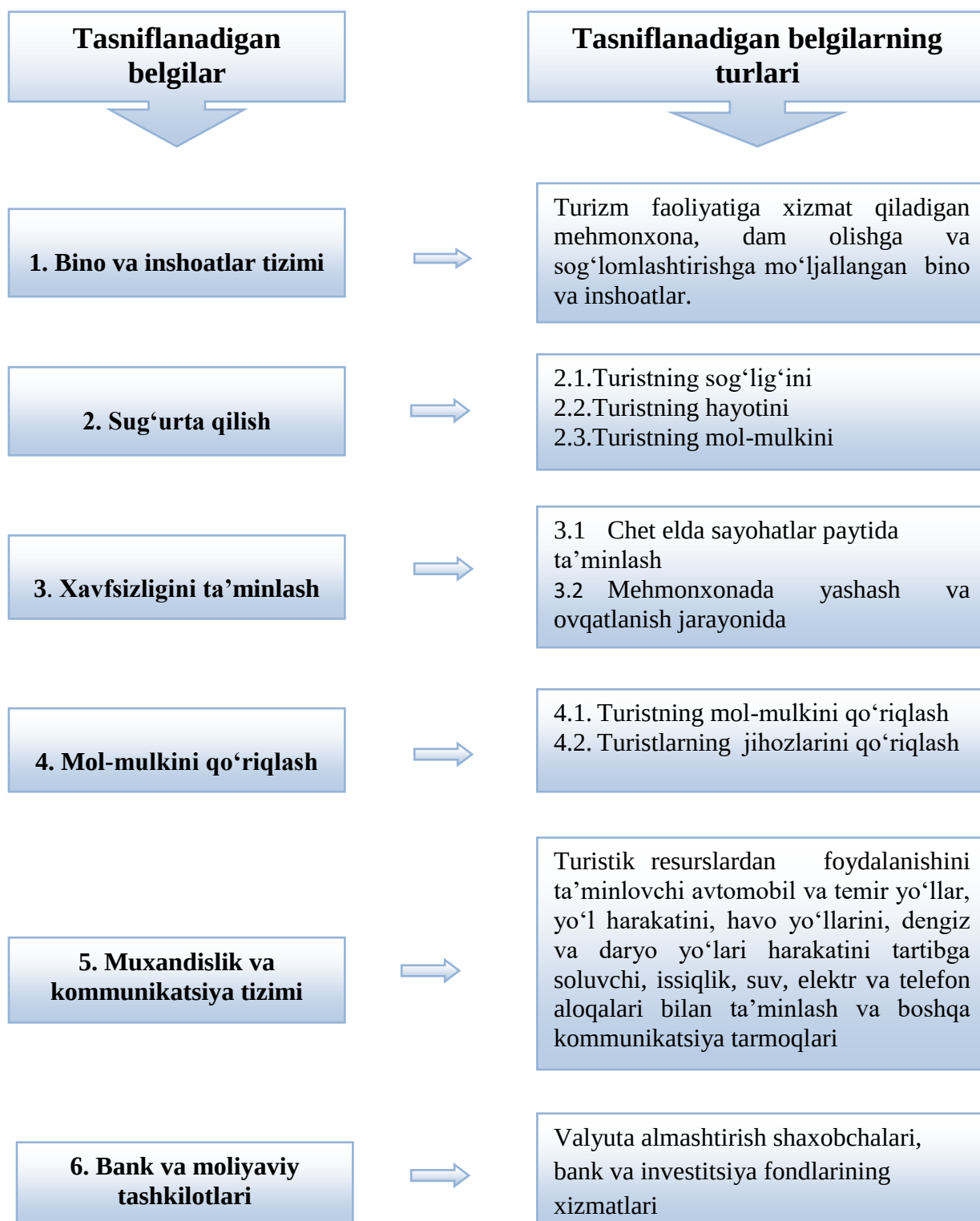
- avtobus va temir yul turlarida marshrut bo'yicha olib yurish, bunda tashish bosqichi aslida turning zaruriy va asosiy elementi bo'ladi, tashish vositalari esa, ko'pincha tunash joylariga aylanadi, bunga dengiz sayohatiga doir marshrutlarni ham kiritish mumkin.

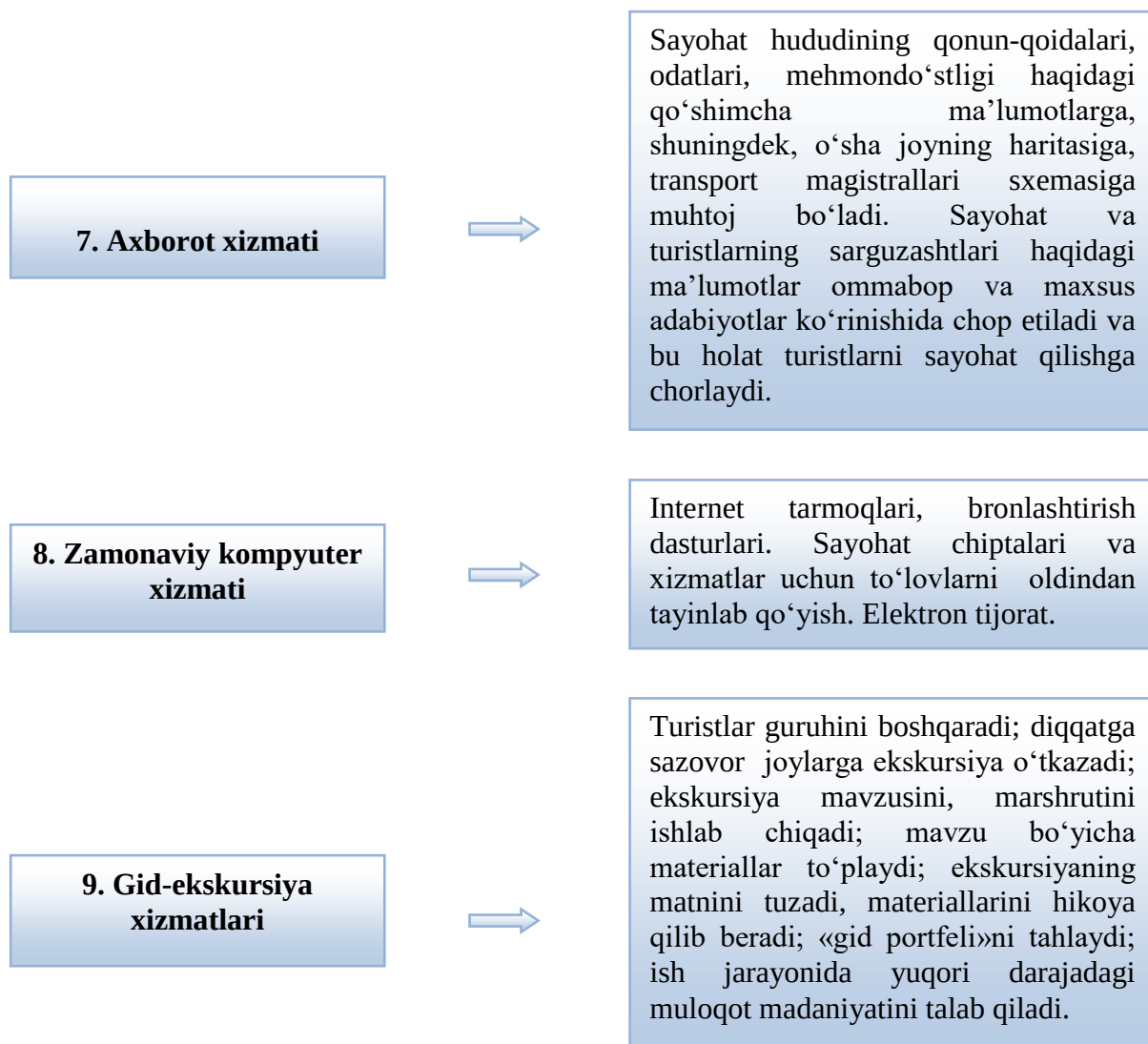
10. Mehmonxona xo'jaligi



Joylashtirish vositalari va tizimi, ya'ni asosiy vositalar - bular vaqtincha kelib ketuvchilarga (mijozlarga) turli darajada xizmat ko'rsatish bilan bog'liq holda ularni qabul qilish va tunashlarini tashkil etish buyicha maxsus moslashtirilgan turli xildagi va ko'rinishdagi (chayladan tortib to ulkan mehmonxonalargacha bulgan) binolardir. Mehmondo'stlikning (mehmon qabul qilish) bugungi industriyasi - bu region yoki turistik markaz xo'jaligining eng kuchli tizimidir va turizm iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismidir.

Turizm infratuzilmasining tarkibiy qismi





12.2. Turoperator va turagentlar faoliyati

Turizm industriyasining tashkilotchilariga turizm sohasidagi ikki xil korxona to'g'ri keladi: turoperatorlar va turistik agentliklar. Bu korxonalar turizm xizmatining o'zi bilan bevosita shug'ullanmaydilar, balki faqat iste'molchi (turist) bilan bevosita xizmat ko'rsatuvchining o'rtasida vositachilik vazifasini bajaradilar. O'z navbatida ularning faoliyati ham xizmat ko'rsatishning asosini tashkil qiladi. Fransiyaning turistik qonunchiligida bu korxonalarni ularning mohiyati va vazifasining harakteriga muvofiq ravishda turizm tashkilotchilari deb to'g'ri nomlaydilar. Turizm industriyasining shiddat bilan rivojlanishi, turizm bozorida

raqobatning yuzaga kelishi va kuchayishi turoperatorlar faoliyatiga ta'sir ko'rsatdi va ularning keyingi ixtisoslashuvini aniqlab berdi.

Turoperator bu– tijorat maqsadi uchun turizm mahsulotini sotishga taklif etuvchi, uni tayyorlash va rejalashtirishda bevosita ishtirok etuvchi turizm bozorini faol sub'ekti hisoblanadi. Turoperator o'z faoliyati davomida vakolat imtiyoziga ega haridor agentlari nomidan turistik xizmatlarni bir necha muddat ilgari harid etish, bronlashtirish, o'zlashtirish, turpaketlar hozirlash jarayonlarini ham amalga oshiradi.

Turoperator – turistik paket ishlab chiquvchi sifati 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. Turoperator turistlarni turli turistik xizmatlardan tanlash imkonini ta'minlab beradi va bir vaqtning o'zida boshqa shahar va joylarda xizmat ko'rsatishga buyurtma berish vazifasini o'z zimmasiga olib osonlashtiradi.

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

Birinchi holda turoperator turistik paketni shakllantirayotganda u turmahsulotlar ishlab chiqaruvchisi sifatida faoliyat yuritadi. Ikkinchi holda, turoperator xizmatlarini alohida sotayotganda turistik xizmatlarning ulgurji dileriga aylanadi. Bu holat turoperator ishlab chiqaruvchidan turistik paketni shakllantirish uchun keragidan ortiqcha turistik xizmatlar sotib olganda bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, hozirda 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 turoperatorlar mahsulotlarning keng ko'lamining ulgurji sotuvchisi sifatida emas, balki yangi mahsulotlar ishlab chiqaruvchi sifatida ko'rib chiqish lozim. Shunda u haqiqatga to'g'ri bo'ladi, turoperatorning asosiy faoliyati turlar yoki turpaketlarni shakllantirishdan iboratdir.

O'zbekiston Respublikasi «Turizm to'g'risida»gi Qonuni bo'yicha o'z turistik mahsulotini shakllantiradigan va unga o'z yo'llanmasini chiqaradigan turistik tashkilotgina turoperator hisoblanadi. Bunday talablarni turistik firma bajaradi. Yo'llanma turistlar bilan qilinadigan bitimga rasmiy ilovadir (xizmat ko'rsatish joyiga ko'rsatiladigan asosiy hujjat – vaucherdir).

Turoperatorlik faoliyatida xizmat ko'rsatishni shakllantirish va sotish jarayonlarida turoperatorlarning turni ishlab chiqishdagi tashkiliy bosqich ishlari quyidagi ketma ketlikda amalga oshiriladi:

1. Imkoniyatlar tahlili;
2. Talabni o'rganish;
3. Istiqbolni rejalashtirish;
4. Xizmatlarini ta'minlovchilar bilan shartnomalar tuzish;
5. Tashuvchilar bilan shartnomalar tuzish;
6. Putyovka (yo'llanma) bahosini ishlab chiqish va realizatsiya qilish;
7. Turni tovar-metodik jihatdan ta'minlash;
8. Turistlarni o'tuvchi hujjatlari bilan ta'minlash;
9. Realizatsiya;
10. Reklama va axborotlar;
11. Mutaxassis kadrlar tayyorlash;
12. Marshrutga kadrlar tayyorlash;

13. Turni o'tkazish va xizmat ko'rsatish sifati yuzasidan nazorat o'rnatish.

Turoperatorlar va turagentlar hamkorligi har ikkala tomonga manfaat keltiradi. Turoperatorlarda mavjud tarmoqlangan kontragentlik tarmog'i unga turistik safarlarni sotish hajmini o'stirishga imkon beradi, yangi bozorga chiqadi, jumladan, chiqish turizmining hududiy bozoriga kirib boradi. Bu bilan o'z xodimlarini ta'minlash harajatlarini, ijara binolarini, ularni uskunalarini tejaydi. O'z navbatida turagent safarlarni oxirgi iste'molchisiga sotib bergani uchun vositachiligiga komission mukofot oladi. Uning hajmi odatda sotilgan turistik mahsulot bahosiga nisbatan foiz hisobida aniqlanadi va 10 % ni tashkil qiladi. U ko'paytirilishi ham mumkin (masalan, kelishilgan hajmdan ko'proq turistik xizmat sotilganda). Komission mukofot turagentlikning asosiy daromad manbai bo'lib xizmat qiladi.

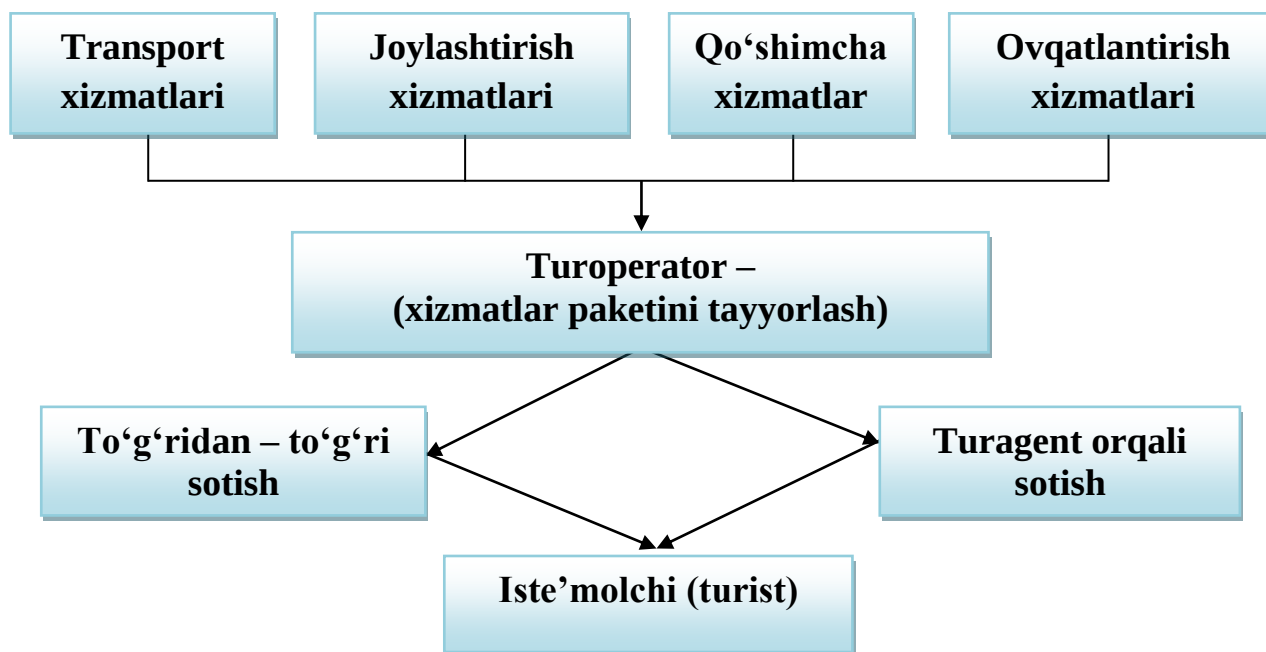
Turoperator har doim sotish uchun turmahsulot resursiga ega bo'ladi, turagent bo'lsa mijoz sotib olish istagini bildirgan holdagina ma'lum xizmatlarni talab etadi. Biroq amaliyotda ba'zan turoperator va turagent orasidagi farqni ajratib bo'lmaydi, chunki har ikkalasi o'xshash vazifalarni hal qilishlari mumkin. Masalan, firma turoperator sifatida yo'nalishlar ishlab chiqishi, turistlar va boshqa agentliklarga sotishi ham mumkin. Xuddi shu vaqtda aynan shu turistik tashkilot turagent sifatida boshqa firmalardan xizmatlar sotib olishi va turistlarga sotishi ham mumkin.

Turistik agentliklar (turagent) – bu iste'molchiga, ya'ni turistga yoki mijozlarga ayrim turistik xizmatlar va turlarni chakana sotish funksiyasini amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxsdir.

Agentlashtirish sohasida faoliyatning bir nechta turlari farqlanadi, shaxs nomidan va korxonaning topshirig'i bo'yicha turlarni sotish. Mohiyatan bu turli xildagi turoperatorlarning «turistik yo'llanmalar do'koni» dir. Turistik yo'llanmada doimo bunday sotishni amalga oshirgan turoperator va turagentning barcha rekvizitlari to'liq ko'rsatiladi, agentlik foizi tushunchasi bor bo'lgan mamlakatlarda, agentlik foizining summasi doimo turistik xizmatlarning cheki yoki

vaucherida ko'rsatilgan bo'ladi. Bunday mamlakatlarda yo'llanmalar **vaucheri** bo'lib, unda kassa apparatidagi ma'lumotni yozib qo'yish uchun maxsus xoshiya mavjud. Bunday holda agentlikning o'zi barcha oqibatlari va javobgarlikni bo'yniga olgan holda turoperatorlik funksiyasini bajaradi.

Hozirgi paytda turlarni iste'molchiga Internet tarmog'i orqali sotish shakllanmokda, lekin iste'molchiga faqat axborot berish va mahsulot taklif etish, uni mijozning talabnomasi bo'yicha o'zlashtirish bosqichlarga avtomatlashtirish imkoniyatiga ega, ba'zi hollarda, masalan, bankdagi hisob-kitoblarni yoki kredit kartalarining raqamlarini ko'rsatishda haq to'lash ham nazarda tutiladi. Turizm sohasida turoperatorlar qayd qilganimizdek, turizm industriyasining harakatlantiruvchi asosiy bo'g'inlaridan biri hisoblanadi. Turoperatorlar va turagentliklar hamkorligi turizmni rivojlantirishga asos bo'ladi va turizm bozorida turistga (iste'molchiga) mahsulotlar va xizmatlar yetkazib berishga xizmat qiladi (12.1-rasm).



12.1- rasm. Tashkillashtirilgan turizm bozorining tarkibi

Keltirilgan 12.1-rasm ma'lumotlaridan ma'lum bo'ladiki, turoperatorlar turizm bozorida yetakchi rol o'ynaydi. Turoperatorlar turni ishlab chiqish

jarayonida turizmdagi asosiy xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar (transport xizmatlari, joylashtirish xizmatlari, ovqatlantirish xizmatlari, gid-ekskursiya xizmatlari va boshqalar) bilan mustahkam aloqada bo'ladi va ular bilan xizmatlar ko'rsatishni tashkil qilish bo'yicha shartnomalar tuzadi. O'z o'rnida turizmda asosiy xizmatlar ko'rsatuvchilar ham turoperator xizmatlaridan manfaatdor hisoblanadi.

12.3. O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari

Keyingi yillarda respublikamizda turizm infratuzilmasini zamon talabiga moslashtirish maqsadida ko'pgina ishlar qilinmoqda. Ayniqsa, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi «Buyuk Ipak yo'li» ni qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida» gi Farmoni bu ishni yuksak darajaga ko'tarish muammolarini hal qilishda o'z o'rniga ega bo'ldi.

Mazkur farmonni amalga oshirish yuzasidan respublika Vazirlar Mahkamasi 1995-yil 3-iyunda «O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infratuzilmasini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarori e'lon qilindi. Ushbu qarorda Prezident farmonini to'ldirib, yana quyidagi muhim masalalar amalga oshirilishi ta'kidlab o'tildi: tegishli tashkilotlar bilan birgalikda turistlarni avia va temir yo'l transporti orqali tashishda imtiyozlar berish tartibini ishlab chiqish, maxsus bojxona hududlarini tashkil etish, ularni zamonaviy nazorat texnikasi bilan jihozlash vazifasi yuklatildi. Qarorda turizm tizimidagi xususiylashtirilayotgan ob'ektlardan tushgan mablag'lar «O'zbekturizm» MK bo'linmalarini qayta qurish va texnika bilan jihozlash maqsadida «O'zsayohatinvestbank» ka o'tkazish belgilab qo'yildi.

Valyuta operatsiyalarida imtiyozlar, Toshkent, Samarqand, Buxoro, Urganch-Xiva yo'nalishlarida yo'llarni obodonlashtirish, servis xizmatlarini tashkil

etish dasturlarini ishlab chiqish, shahardan tashqarida joylashgan turistik ob'ektlar uchun kommunikatsiya tarmoqlari to'lovi bo'yicha imtiyozlar berish, turistik inshootlar qurilishi bo'yicha tenderlar o'tkazish, turistlar bo'ladigan joylarda amaliy va tasviriy san'at, xalq ijodkorligi buyumlari, reklama mahsulotlarini tayyorlash-sotishda shahobchalar tashkil etish, xorijda turistik vakolatxonalar ochish ham mazkur qarorda belgilab qo'yilgan vazifalar edi. Shuningdek, xalqaro turizmni rivojlantirish bilan bog'liq bo'lgan barcha masalalarning o'z vaqtida hal etish uchun javobgarlik «O'zbekturizm» MK, «O'zbekiston havo yo'llari», «O'zbekiston temir yo'llari» kompaniyalarining, Ichki ishlar va Tashqi ishlar vazirliklarining, chegara va bojxona xizmatlarining rahbarlari zimmasiga yuklatildi.

13-mavzu. EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI

Reja:

- 13.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari
- 13.2. Ekologik turizmning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o‘rni
- 13.3. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari
- 13.4. O‘zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari

13.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari

Ekologik turizm o‘tgan asrning oxirlaridan boshlab jahon turizmi industriyasiga asta-sekin kira boshladi. Butunjahon turizm tashkilotining ma’lumotlari bo‘yicha keyingi besh yilda ekologik turizmga turistlar oqimi tobora ko‘payib borayotganligi haqida hisob – kitob natijalari keltirilgan. Ushbu turizm yo‘nalishida janubiy Yevropa, Janubiy – sharqiy Osiyo, kichik Osiyo, Xitoy va Afrika qit’asidagi davlatlar oldingi o‘rinlarda borishmoqda. Albatta, qayd qilingan geografik tabiiy manzillar betakror tabiat mintaqalar bo‘lib, doimiy bahor va yoz iqlimiga ega bo‘lgan davlatlarning tabiatdagi biologik xilma-xillik resurslari, sharoitlari bu mintaqalarda yil davomida turistlar oqimining ko‘payishini ta’minlaydi, imkoniyatlar yaratadi. Hozirgi kunga kelib jahonda ekologik turizm jadal suratlar bilan rivojlanib borayotgan turizm sohalaridan biriga aylandi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta’kidlagandek ***«Go‘zal geografik va tabiiy sharoitlar Respublikamiz hududida ekologik turizmni rivojlantirish uchun g‘oyat qulaydir. Bu borada mamlakatning tog‘li hududlarida joylashgan, zamonaviy jihozlangan sayyohlik majmualarida qishki va noyob sayyohlik dasturlari tashkil etilgan. Sayyohlikning yangi yo‘nalishi-yirik***

qo'riqxonalar va bog'lar xududida tashkil etilgan tabiatshunoslik turizmi rivojlanmoqda»¹⁷.

Darhaqiqat, O'zbekistonda ekologik turizm rivojlanib borishining yana bir sababi turist o'zi qiziqgan tabiat va uning tabiiy sharoiti, biologik resurslari bilan tanishibgina qolmasdan, bu tabiat bag'rida dam oladi, tabiat go'zalligini chuqur his qiladi. Uning resurslarini avaylash xohish-istagi paydo bo'ladi. Respublikamizning ekologik turizm salohiyatini hisobga olganimizda ekologik turizmni rivojlantirishning asosiy resurslari – 4 faslli tabiat mavsumlari, o'zining ekologik tizimlariga ega bo'lgan 5 ta tabiiy landshaft bio-xilma-xilliklarida endemik (faqat O'zbekiston tabiatida) turlarning mavjudligidan iborat. O'zbekistonning ekologik turizmdagi resurslar salohiyatiga alohida to'xtalganimizda, quyidagi ekoturizm manbalarini keltirish, tavsiflash masalaga ravshanlik kiritadi.

O'zbekiston 3,8 mln. gektarga ega bo'lgan ovchilik – baliqchilik yer maydonlariga ega, ulardan 1 mln. gektarini suv fondi tashkil etadi. Respublikamiz faunasi 97 turdagi o'txo'r hayvonlar, 424 turdagi qushlar, 58 turdagi sudralib yuruvchilar va 83 tur baliqlarga ega. Bulardan, O'zbekiston Respublikasi «Qizil kitobiga» o'txo'r hayvonlarning 24 turi, qushlarning 48 turi, sudralib yuruvchilarning 10 turi, baliqlarning 18 turi va 78 turdagi umurtqasizlar kiritilgan.

O'zbekiston Respublikasi Fanlar Akademiyasi Botanika instituti ma'lumotlari bo'yicha, O'zbekistonda hozirgi kunda 4148 tur o'simliklar mavjud. Shulardan, 3000 turlari oliy, yovvoyi o'suvchi o'simliklar, ulardan 9 foizi endemiklardan iborat. O'zbekiston hududining muhofaza etilayotgan tabiiy hududlar tarkibida 2164 km² ni tashkil qilgan 10 ta davlat qo'riqxonasi, 6061 km² ni tashkil etgan 2 ta milliy bog' va noyob turlarga kiruvchi hayvonlarni ko'paytirish respublika markaziy – «Jayron» ekomarkazi, 12186 km² maydonni tashkil etgan 17 ta davlat buyurtmaxonalari mavjud.

¹⁷ Экологический вестник. Ж. Тошкент, № 6, 2007.

Keltirilgan ma'lumotlarga qo'shimcha qilib qayd qilish mumkinki, O'zbekiston Markaziy Osiyoning o'rtasida, ekologik turizmning rivojlanishi uchun qulay transport, geografik hududlarida joylashgan. Ekspertlarning ma'lumotiga qaraganda ekoturizm sayyohlik bozorining 10-20 %ini qamrab olgan, o'sish sur'ati esa umumiy turizm industriyasining o'sish sur'atidan 2 – 3 marotaba oshib ketdi. Shuning uchun ham bugungi kunda ekologik turizmni rivojlantirish asoslarini va ekologik resurs maskanlariga turistik marshrutlar tuzishning uslubiy asoslarini ishlab chiqish zarur bo'lmoqda.



O'zbekistonlik ekolog olimlarning fikricha, – ekoturizm ma'rifiy-ma'naviy tushunchalar ostida ekoturistlarning ekzotik tabiiy hududlarga, ularning hayvonot va o'simliklar dunyosiga, tabiiy hududlarning tarixiy yodgorliklariga, arxeologik topilmalariga, geologiyasiga, paleontologiya qoldiqlariga sayohatlari kabi tabiat bilan bog'liq majmualar kiradi.

Ekoturizmning maqsadi – hozirgi va kelajak avlodlarning ekologik xavfsizligi va barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun tabiatdan turistik yo'nalishda oqilona foydalanishdir. Ekoturizmning maqsadini amalga oshirish uchun «O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi» da keltirilgan rejaviy dasturni keltirish kifoya qiladi. Bu konsepsiyada respublikamizda ekologik turizmni rivojlantirish uchun quyidagi vazifalarni bajarish muhimligi alohida qayd qilingan:

- ekoturizm industriyasini shakllantirish uchun maxsus qonunlarni ishlab chiqish va ularning huquqiy mexanizmini yaratish;
- ekoturistik fan, ta'lim va amaliyotning nazariy asoslarini ishlab chiqish;
- aholining ekologik ongi va madaniyatini ekoturizm orqali o'stirish;
- ekoturizm yo'nalishidagi ta'lim va tarbiyani yo'lga qo'yish;

- ekoturizm bo'yicha mutaxassislarni tayyorlash va qayta tayyorlash;
- ekoturistik ob'ektlarni har tomonlama baholash va ularning kadastrini olib borish;

- ekoturizm monitoringi va istiqbolini olib borishni yo'lga qo'yish;
- milliy davlat hududlarini ekoturizm bo'yicha rayonlashtirish;
- davlatlarning va xalqaro jamiyatning ekoturizmga oid taktik reja va strategik dasturlar va tadbirlarini ishlab chiqish;

- biologik xilma-xillikni saqlash.

Qayd qilingan vazifalarni bajarishda quyidagi ekoturistik tamoyillarni ya'ni ekologik munosabatlarni turizm orqali tartibga solishga yo'naltirilgan qoidalarga qattiq, ma'suliyat bilan rioya qilish talab qilinadi:

- ekoturizmda tabiatni muhofaza qilish va barqaror rivojlanish masalalarining ustivorligi;

- ekoturizmning tarixiy, madaniy va boshqa turizm turlari bilan bog'langanligi;

- turizm va servis sohasi yo'nalishidagi barcha ta'lim muassasalarida ekoturistik o'quv kiritilishining maqsadga muvofiqligi;

- mahalliy aholining ekologik ongi va madaniyatini o'stirishda ekoturizmni jalb qilish zaruriyati;

- tabiatdan oqilona foydalanish va tabiatni muhofaza qilishning mazmunini ekoturistik marshrutlarda aks ettirish;

- davlat, jamiyat, mahalliy boshqaruv idoralarining ekologik turizmdan manfaatdorligi;

- ekoturizmda ekologik ijtimoiy-iqtisodiy manfaatdorlikning yagonaligi;

- ekoturizmda milliy g'urur va iftixorni shakllantirishning zarurligi.

Qayd qilingan tamoyillarning bajarilishi O'zbekistonda ekologik turizmni jadal rivojlantirishning asoslarini ta'minlaydi.

Ekoturizmni rivojlantirish bo'yicha «O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi» qabul qilingan. Ushbu konsepsiyaning 1.4. bandida – ekoturizmning ijtimoiy-iqtisodiy masalalari yechimini topishi lozim bo'lgan dolzarb masalalari qayd qilingan. Ular quyidagilar:

- ekoturizm ob'ektlarida aholini ish bilan ta'minlash, ijtimoiy muhofaza qilish muammolarini hal qilish;
- ekoturizm qadamjoylarida kichik va o'rta biznesni rivojlantirish orqali qo'shimcha ish o'rinlarini yaratish, turistik infratuzilmalarni hosil qilish;
- ekoturizmning jahon talablariga javob beraoladigan moddiy – texnik, axborot–tahliliy bazasini yaratish xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirish;
- ekoturizm maskanlarini elektr energiyasi va issiq suv bilan ta'minlash maqsadida ekologik toza, qayta tiklanuvchi muqobil energiya qurilmalari yordamida foydalanishni keng yo'lga qo'yish.

13.2. Ekologik turizmning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'rni

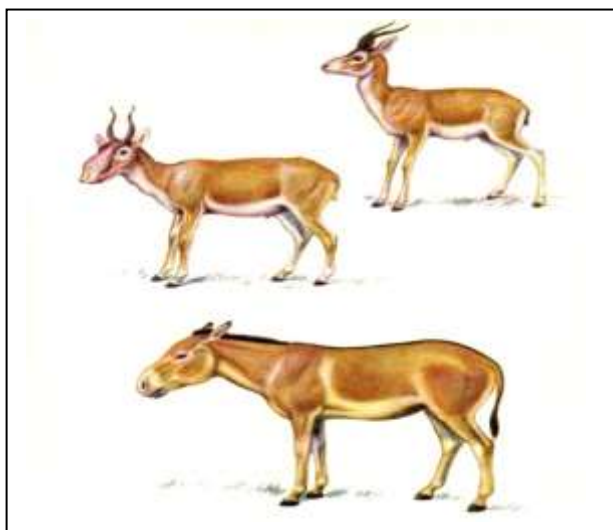
G'arb mamlakatlarida ekoturizmga iqtisodiy soha jihatidan qaraladi, chunki chet ellarda jadal sura'tlar bilan rivojlanib borayotgan ekoturizm iqtisodiy foyda keltiruvchi turizmning eng istiqbolli turlaridan biri hisoblanadi. Ekspertlarning ta'kidlashlariga binoan, ekoturistlar ko'pincha o'rta yoki o'rtadan yuqori sarmoyaga ega bo'lgan, har tomonlama ta'minlangan sayohatchilardan iborat. Sayyoramizda inson faoliyati tegmagan yovvoyi tabiat juda kam qolganligi sababli, odatda bunday hududlarga sayohat qilish cheklangan, hamda ularga sayyohat qilish ham sezilarli darajada qimmat bo'ladi. Shu sababli, ekoturizmga turizmning boshqa turlaridan tushgan daromadlardan bir necha marotaba ko'pdir. Hozirgi kunda ekoturizm «Jahon sayohat va turizm kengashi» (WTTC) va Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) ma'lumotlariga ko'ra, jadal sur'atlar bilan rivojlanib borayotgan turistik industriyalardan biri hisoblanadi.

Masalan, Kanada davlatida yovvoyi tabiatga sayohat, turizmning umumiy hajmi ichki turizmdan tushgan daromadning 25 % ini tashkil etadi. Kanada hukumati, faqatgina ekoturizmdan tushgan soliq hisobidan har yili 1,7 mlrd. AQSH dollarida foyda oladi. Bu esa, hukumat tomonidan yovvoyi tabiatni muhofaza qilish dasturiga ajratilgan mablag‘dan (300 mln. dollar) 5 baravar ko‘pdir. Demak, ekoturizm tabiatni muhofaza qilish tadbirlarini amalga oshirishga katta iqtisodiy hissa qo‘shadi, hamda bunday tadbirlarni to‘la-to‘kis o‘tkazishga katta moliyaviy ko‘mak ham berishi mumkin.

BMT va BTT tashkilotlarining ma‘lumotlari bo‘yicha, oxirgi 20 yil ichida endi rivojlanib borayotgan mamlakatlarda ekoturistlar soni ko‘payib va undan olinadigan daromadlar yildan-yilga o‘sib bormoqda. Masalan, har yili ekoturizmdan Keniya – 1,4 mlrd. Nepal – 1,5 mlrd. AQSH dollarida daromad oladilar. Qayd qilish lozimki, ushbu mamlakatlarning ekoturizmdan olgan daromadi davlat yalpi ichki mahsulotining 60 % iga teng.

O‘zbekiston Respublikasining ekosafari resurslari





13.1-rasm. Ekologik turizmning asosiy biologik xilma-xil resurslari



13.2-rasm. Ekologik turizm markazidagi qushlar

13.3. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari

Ekologik turizm Vatanimizning tabiiy resurslaridan oqilona foydalanish sohasida, ona Vatinimizning landshafti, hayvonot va nabotot dunyosiga boy va betakror tabiati bilan tanishtirish, xalqlar o'rtasidagi do'stlik rishtalarini bog'lash, mamlakatlar va turli xalqlarning biri-birini kengroq bilishi, balki shu bilan birga O'zbekiston hududida qirilib ketishi arafasida turgan noyob hayvonot va nobotot dunyosini saqlash va ko'paytirish maqsadida qo'riqxonalar (Surxon, Nurota, Hisor, Baday-To'qay, Zarafshon, Qizilqum, Chotqol, Zomin, Kitob) parvarishxonalar («Jayron») ekomarkazi, Sayhun xo'jaligi) tarkibida va atrofida jahon talablariga javob beraoladigan milliy tabiiy bog'larni amalga oshirish orqali muhofaza qilinadigan hududlarda ekoturizm ob'ektlarining moddiy-texnika bazasini yaratish uchun qo'shimcha chet el investatsiyalarini jalb qilishdan iboratdir.

13.1-jadval

O'zbekiston Respublikasining davlat tomonidan muhofaza etiladigan tabiiy hududlari

№	Tabiiy landshaft	Muhofaza maskani	Maydoni, ga	Tashkil etilgan yil
1	2	3	4	5
		Davlat qo'riqxonalari	175536	1971
1	Baday – to'qay	Amudaryo pasttekisliklari to'qay ekotizimlari	6462	1983
2	Hisor	Hisor tizmasi tog' ekotizimlari	80986	1959
3	Zomin	Turkiston tizmasi tog' ekotizimlari	21735	1975
4	Zarafshon	Zarafshon daryosi o'rta oqimi to'qay ekotizimlari	2352	1971
5	Qizil-qum	Amudaryo o'rta oqimi va qo'shni sahrolar to'qay ekotizimlari	10311	1975
6	Nurota	Nurota tizmasi tog' ekotizimlari	26895	1971
7	Surxon	Qo'hitang tog' tizmasi ekotizimlari va Amudaryo o'rta oqimi to'qay ekotizimlari	26895	1975
8	Kitob	Noyob geologik kon	3938	1987
Milliy bog'lar				
1	Ugam – Chotqol milliy davlat bog'i	G'arbiy Tyan'-shan ekotizimlari	574590	1990
2	Zomin milliy bog'i	Turkiston tizmasi ekotizimlari	24110	1977

Davlat tabiat yodgorliklari				
1	Yozyovon sahrosi	Noyob tabiat yodgorliklari	1000	1991
2	Mingbuloq tumani tabiat yodgorligi	O'simlik va hayvonot dunyosi	1000	1991
3	Chust tumani tabiat yodgorligi	O'simlik va hayvonot dunyosi	96	1990
Alohida tabiiy ob'ektlar va komplekslarni saqlash, ko'paytirish va tiklash uchun hududlar				
		Buyurtmaxonalar	1503206	
1	Oqtog'	Noyob va yo'qolib borayotgan hayvon va o'simliklar	15400	1997
2	Dengizko'l	Hayvonot va o'simliklar olami	50000	1990
3	Qarnobcho'l	Hayvonot va o'simliklar olami	40000	1992
4	Qoraqir	Hayvonot va o'simliklar olami	30000	1992
5	Qo'shrabod	Hayvonot va o'simliklar olami	16300	1992
6	Muborak	Noyob va yo'qolib borayotgan hayvon va o'simliklar	264469	1997
7	Sarmish	Hayvonot va o'simliklar olami	5000	1997
8	Sayg'ochi	Yovvoyi hayvonlar	1000000	1997
9	Sechanko'l	Baliqlar	7037	1998
10	Sudoche	Yovvoyi hayvonlar	50000	1991
11	Xubara	Tuvaloq va uning yashash joylari	25000	1998
		Tabiiy parvarishxonalar	7122	
1	«Jayron» ekomarkazi	Jayron, qulon, Prejevalsk otlari	7122	1976
2	Baliq xo'jaligi hududlari	Suv havzalaridagi antropogen tizimlar	-	
3	Muhofaza etiladigan landshaftlar	Alohida tabiiy ekotizimlar	1004005	
4	Kurort tabiati hududlari	Antropogen ekotizimlar	338	
5	Rekreatsiya hududlari	Antropogen va tabiiy ekotizimlar	70	
6	Davlat biosfera rezervatorlari	Tabiat ekotizimlari	35724	
7	Chotqol davlat biosfera qo'riqxonalar	Chotqol tog' tizimi ekotizimlari	35724	1947

Keltirilgan jadval ma'lumotlari bilan tanishib chiqib, Respublikamizda ekoturizm rivojlanishi kerak bo'lgan birinchi navbatdagi ekoturizm resurslari davlat muhofazasida ekanligi ma'lum bo'ladi. Bu holat juda to'g'ri qaror qilingan. Dunyoning barcha davlatlarida ham 13.1-jadvaldagi tabiiy hududlar o'zining o'simliklar olami va hayvonot dunyosi bilan qattiq qo'riqlanadi. Shu bilan birga

ta'kidlash lozimki, juda ko'plab davlatlarda, ayniqsa tabiatda noyob o'simlik yoki hayvon turlari muhofaza qilinadigan qo'riqxonalaridan ham ekologik turizm maqsadlarida samarali foydalanishadi. Bunga misol qilib Afrika, Kanada, Amerika, Avstraliyadagi qo'riqxonalar, rezervatlar va milliy parklar haqidagi kino seriallarning tobora ommaviylashib borayotganligini keltirish mumkin.

Bu holatning eng muhim sababi, bu muhofazadagi manzillardan ekoturizmga foydalanishning huquqiy-qonuniy me'yorlari yaratilganligidir va bu qonunlarga «mehmonlar» ham «mezbonlar» ham qattiq rioya qilishadi. Respublikamizdagi tabiat qo'riqxonalariga faqat ilmiy xodimlar kirishga ruxsat beriladi. Bu qo'riqxonalarga xatto maxsus ilmiy ekspeditsiyalar ham O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasining ruxsatnomasini olishi kerak bo'ladi.

O'zbekistonda muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarda ekoturizmni rivojlanishini ta'minlaydigan asosiy chora va tadbirlar «O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi»da mukammal holatda berilgan. Ekoturizmning dunyoda tutgan o'rni, mavqei hamda O'zbekistondagi salohiyati va uning rivojlanishiga e'tiborga olgan holda «Tabiatni muhofaza qilish Davlat qo'mitasi» Vatanimizning muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarida ekoturizmning rivojlanishini ta'minlaydigan quyidagi asosiy chora va tadbirlar ishlab chiqdi:

1. Respublikamizda ekoturizm sohasida xizmat qiluvchi, jahon talablariga javob bera oladigan yuqori malakali mutaxassislarning yetishmasligini hisobga olgan holda, yosh mutaxassislarni ekoturizm rivojlangan mamlakatlarga (AQSH, Yaponiya, Kanada, Fransiya, Germaniya) malakalarini oshirish uchun o'qishga, ishga yuborish.

2. Jahon andozalari va talablariga mos keladigan ilmiy va iqtisodiy asoslangan katta – kichik, qisqa va uzoq muddatga mo'ljallangan loyihalar va biznes rejalar ishlab chiqib amalga oshirish (imtiyozli kredit asosida).

3. O'zbekistonda ekoturizmning jahon talablariga javob bera oladigan moddiy-texnik, axborot tahliliy bazasini yaratish, xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirish.

4. Vatanimizning tarixiy yodgorliklari, go‘zal va betakror tabiati, landshafti, nobotat va hayvonot dunyosi haqida bukletlar, turistik atlas va haritalar yordamida dunyo ekoturizm bozorida targ‘ibot ishlarini amalga oshirish.

5. Baday-tuqay va «Jayron» ekomarkaziga qo‘shni hududlarda Markaziy Osiyoda qirilib ketishi xavfli bo‘lgan noyob hayvonlarni saqlash va ko‘paytirish uchun Milliy bog‘lar tashkil qilish lozim.

6. O‘zbekiston viloyatlari bo‘yicha yangi ekoturistik dasturlar, yo‘nalishlar va haritalar tuzish kerak.

7. Ekoturizm sohasi bilan bog‘liq tashkilotlarga ko‘proq huquqlar, imtiyozli kreditlar berish, tabiatni muhofaza qilish davlat qo‘mitasi tomonidan ishlab chiqilgan «Tabiatni muhofaza qilish to‘g‘risida»gi qonunga ekoturistlarga nisbatan huquqiy nazorat ishlarini yengillashtirish bo‘yicha ayrim qonun hujjatlariga o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritish lozim.

Vatanimizning ekoturizmning taraqqiyot salohiyati nihoyatda katta va uni jadal sura‘tlar bilan rivojlantirish uchun barcha imkoniyatlar mavjud. Faqat bu salohiyat va imkoniyatlardan jahonda ekoturizmi taraqqiy etgan mamlakatlar tajribasiga tayangan holda oqilona foydalanish hamda ilmiy asosda xatolarsiz amalga oshirish lozim.

Milliy parklar – bu tabiiy landshaftni har taraflama muhofaza qiluvchi va dunyoning ko‘plab davlatlari ekoturizmida foydalanayotgan, biri-birini quvvatlab kelayotgan tabiiy majmualardir. Hozirgi vaqtda dunyoda 3,4 ming milliy parklar mavjud.

Tabiat qo‘riqxonalarining tabiatidagi umumiy jozibador, betakror ko‘rinishlarining reklamasini ishlab chiqishda ham turizm bozori, turizm haridori talab qiladigan shartlari bor. Ular quyidagilar:

- tabiat qo‘riqxonalarida ekoturizm so‘qmoqlari, marshrut yo‘llari atrofida o‘zgaruvchan tabiiy landshaft uchastkalari ajratiladi (archali soy, qoyatoshli dara, tog‘ yoki soydagi buloq, tekis o‘tloqzor va h.k.).

- agar tabiat qo'riqxonasi tog'larda joylashgan bo'lsa qo'riqxona hududidagi soylar, daralar ko'p bo'lib o'simliklari, rel'efi tuzilishi bo'yicha o'xshash bo'lsa, bu ko'rinishlardan eng jozibadori, betakrori reklamaga olinadi.

- qo'riqxonalarimizning tashkil qilinganiga 60 yillardan ko'proq vaqt o'tdi. Shuning uchun ham ko'plab qo'riqxonalarimizda 100, 200 hatto ming yillik daraxtlar bor. Anashu daraxtning hozirgi ko'rinishi va xalq so'zlari bilan ifodalanadigan qisqacha tarixi bilan tabiatning umumiy ko'rinish reklamasiga alohida rasm va lavhalar bilan qo'shiladi.

- agar tabiat qo'riqxonasida bir necha tabiat lanshaftlari bo'lsa har bir tabiat landshaftlaridan eng chiroyli ko'rinishlari reklamada berilishi kerak.

O'zbekistonda ekologik sayohatni rivojlantirish borasida mahalliy aholini jalb qilish loyihalari ishlab chikilmoqda. TASHIS tashkilotining moliyalashtirishga asosan Qozog'iston, O'zbekiston, Qirg'iziston davlatlari davlatlararo G'arbiy Tyan-Shan bioxilmaligini saqlash bo'yicha loyiha tuzdilar. Bu Nurota-Qizilqum tabiatni muhofaza qilish kompleksida, ruxsat etilgan jonivorlarni ov qilish faoliyatidan daromad keltirib va bu jonivorlarning ko'payishini va tiklashga yordam beradigan harajatlarga ishlatiladi.

13.4. O'zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari

O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat Qo'mitasining mutaxassislari O'zbekistonning ekoturistik rayonlari haritasini ishlab chiqishgan. Haritaga muvofiq, butun mamlakatimiz hududi XIV ekoturistik rayonga ajratilgan. Har bir ekoturistik tumanga ekoturistik zona deb ham qarash mumkin. Ular jumlasiga Ustyurt, Orol va Orolbo'yi, Amudaryo, Qizilqum, Nurota, Zarafshon, Aydarkul, Sirdaryo, Chirchiq, Ohangaron, Farg'ona, Turkiston, Qashakadaryo, Hisor, Surxondaryo ekoturistik rayonlari kiritilgan.



13.3-rasm. O‘zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari¹⁸

Har bir rayon o‘zining ekoturistik holati, imkoniyatlari, shart-sharoitlari va rivojlanish istiqbollari nuqtai nazaridan ajralib turadi. Masalan, ***Ustyurt ekoturistik rayonini*** oladigan bo‘lsak, u O‘zbekistonning shimoliy-g‘arbiy Qoraqolpog‘istonda joylashgan plato bo‘lib, uning umumiy maydoni 200 ming km² ni tashkil etadi. Bu joylar dunyoda eng katta va yagona 60-150 metrlik tik qoyali jarlari, davolash xususiyatiga ega bo‘lgan juda katta-1000 km tuzli Borsakelmas sho‘rxoki bilan mashhur. O‘simlik qoplami siyrak, osh tuzi va balchiqli tuzning qatlami 16-27,5 m gacha boradi. Yangi qurib bitkazilgan Qo‘ng‘irot soda zavodi aynan ana shu tuzlar hisobiga ishlaydi.

¹⁸ O‘zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat ko‘mitasi ma’lumotlari asosida

Neolit davridan qolgan «Ustyurt makoni» ham noyobdir. Unda 60 ga yaqin qadimiy odamlar yashagan tabiiy ob'ektlar aniqlangan. Ularning ichida ham tarixiy, ham ekoturistik ahamiyatga moyil «Tempa» makoni bo'lib, undan Xorazm arxeologiya ekspeditsiyasi qadimiy mehnat va ov qurollarini topgan.

Orol va Orolbo'yi ekoturistik rayoni ekologik inqirozli ekoturistik hudud bo'lgani uchun ham ekstremal ekoturistik ob'ekt bo'lib hisoblanadi. Ekoturistik marshrutlar bir paytning o'zida ham Orolning qurigan, ham uning ta'sirida bo'lgan Orol atrofi hududlarini qamrab oladi. Ekoturlar nafaqat treking (piyoda) yoki tuya va otlarda, balki samolyot va vertolyotlar orqali ham amalga oshirilishi mumkin.

Amudaryo ekoturistik rayoni. Amudaryoning o'zaniga yaqin sohillarida to'qayzorlar mavjud bo'lib, ular ekoturlar uchun juda qiziqarli noyob landshaft hisoblanadi. Quyi Amudaryoning o'ng sohilida to'qay landshaftidagi qushlar va hayvonlarni muhofaza qilish uchun Badayto'qay qo'riqxonasi tashkil etilgan. Ornitafaunani saqlash uchun Xorazm buyurtmaxonasi tashkil etilgan. Bulardan tashqari, Qizilqumning g'arbiy qismida, Amudaryoning o'ng qirg'og'ida, kembriy va kembriygacha davrda burmalangan tog' jinslari ochilmalaridan iborat, balandligi 485 metrlik Sulton Uvays tog'lariga ekoturlar uyushtirish mumkin. Amudaryo rayonida O'zbekistonning ko'hna shaharlaridan biri Xorazm joylashgan, uning arxitektura yodgorliklari tarixiy turizm markazlaridan biri hisoblanadi. Ekoturlarni tarixiy turlar bilan kompleks olib borish mumkin.

Qizilqum rayoni cheksiz qumliklardan iborat bo'lsada, lekin boy o'simlik va hayvonot olamiga ega. Masalan - rekreatsion, geoekologik, geomorfologik, geodemografik, geopolitik, geokartografik, geobotanik rayonlar va h.k. Ekoturistik ob'ektlardan biri bo'lgan qo'riqxonada Buxoro bug'usi (xongul), to'ng'iz, qirg'ovul, echkamar, jayron, qum charxiloni, Turkiston kobrasini va hattoki, Prjivalskiy otlari saqlanadi. Qizilqumda bahor oylarida kishilarga estetik zavq berib, hordiq chiqaradigan chiroyli gulli o'simliklar lola, chuchmoma, eremurus, boyg'alcha, lolaqizg'aldoq, boychechak kabilar o'zgacha go'zallik kasb etadi.

Tuyalar karvoni esa unga yanayam ekzotik tus beradi hamda uni jozibadorligini oshiradi.

Nurota ekoturistik rayoni o'zining ajoyib tabiat manzaralari, tarixiy arxitektura yodgorliklari bilan kishilarni maftun etadi. 1975- yilda tashkil etilgan va maydoni 17,8 ming ga bo'lgan Nurota tog' yong'oqzor-meva qo'riqxonasi mavjud. Bu qo'riqxonaga «Ekosan» qoshidagi «Ekosantur» firmasi tomonidan ko'plab marshrutlar uyushtirilgan. Oqtog'ning janubiy yon bag'rida joylashgan shamol ta'sirida tebranib turuvchi bahaybat harsang toshli «Sangijumon», «Koriz qoldiqlar» kabi tabiat yodgorligi ekoturizmning muhim ob'ektlaridan bo'lib hisoblanadi.

Ko'p asrlik ziyoratgoh «Chashma buloq» yaqinida «Chilustun» masjidi, madrasa, Abul Xasan Nuriy maqbarasi va qal'asi joylashgan. Qoratog' tizmasining janubiy yon bag'rida «Sarmish darasi»dagi qoyalarda avlodlarimizning hayoti va madaniyatini aks ettiruvchi lavhalar, rasmlar ishlangan.

Janubiy Nurota tizmasida uzunligi 110 m, absolyut balandligi 1060 m, maydoni 163 m keladigan «Maydon karst g'ori», Shimoliy Nurota tizmasidagi uzunligi 130 m, absolyut balandligi 1100 m, maydoni 70 m keladigan «Xonaixudo karst g'or» da g'orshunoslikni rivojlantirish mumkin. Bulardan tashqari, XI asrda bunyod etilgan va XVIII asr boshlarigacha turgan «Raboti Malik karvonsaroyi» sayyohlarning to'xtash joyi shuningdek, savdogarlarning savdo qilish joyi bo'lgan. Raboti Malik yonida ming yillik tarixga ega bo'lgan madaniy yodgorlik-sardoba uchraydi. Yer ichiga 12 m botirilgan sardobada butun yoz bo'yi muzdek va toza suv saqlangan.

Zarafshon ekoturistik rayonida Zarafshon daryosi bo'ylarida joylashgan to'qay landshafti, undagi o'simlik va hayvonot dunyosini muhofaza qilish uchun tashkillashtirilgan «Zarafshon qo'riqxonasi» mavjud. Buxoro viloyatining Shofrikon o'rmon xo'jaligi hududida joylashgan qum cho'l landshafti, u yerdagi o'simliklar va hayvonlar hamda tarixiy yodgorliklar (Vardanza shahar harobalari) davlat tomonidan qo'riqlanadi. «Vardanza qo'riqxonasi», «To'dako'l flora va

faunasini boyitish buyurtmaxonasi», Qoravulbozor xo‘jaligida joylashgan «Jayron-ekomarkazi», suv va botqoqqa moslashgan qushlarni ko‘paytiruvchi «Dengizko‘l buyurtmaxonasi», Zarafshon tog tizmalaridagi Omonqo‘ton va Temurlang karst g‘orlari, Zirabuloq-Ziyovuddin tog‘ tizmalaridagi ko‘p qavatli «G‘untak g‘ori» va boshqalar diqqatga sazovordir.

Aydarko‘l rayonidagi ko‘llar tizimining paydo bo‘lishi bevosita Mirzacho‘lning o‘zlashtirilishi bilan bog‘likdir. Sizot suvlari hamda zovur-drenaj suvlarining Aydarko‘l botig‘i tomon harakatlanishi natijasida botiqdagi Tuzkon ko‘lining kengayishi Arnasoy hamda Aydarko‘l ko‘llarining paydo bo‘lishiga olib keladi. Botiqdagi keyingi dinamik o‘zgarishlar Chor-dara suv omboridagi (1969 y.) ortiqcha suvlarning tashlanishi bilan bog‘liq. Bu suvlarning to‘planishi natijasida Arnasoy ko‘llari birlashib yagona Aydarko‘llar tizimini va undagi faunani boyitib beruvchi "Arnasoy buyurtmaxonasi"ni tashkil etilishiga olib keldi.

Sirdaryo rayoni Sirdaryo rayoni o‘zanidagi to‘qayzorlari bilan ajralib turadi. Sirdaryoning ba‘zi joylarida doimiy yoki mavsumiy orolchalar mavjud bo‘lib, unda juda ko‘p qushlar yig‘iladi va manzarali ekoturistik ob‘ekt bo‘lib hisoblanadi.

Chirchiq-Ohangaron tog‘li ekoturistik rayonida xalqaro ekologik rezervat joylashgani uchun ham uning huquqiy maqomi tabiatga aralashmaslik prinsipiga moslashtirilishi lozim. Undagi ekoturistik sayohatda vertolyot va samolyotlardan foydalanishga ruxsat berilmaydi. Ekoturlar oldindan belgilab berilgan kichik yo‘lakchalar orqali, kam sonli turistik guruhchalarga bo‘lingan tarzda, yilning hayvonot olamida uchramaydigan va ko‘paymaydigan davrlarida piyoda va otlarda aylanish maqsadga muvofiqdir. Mazkur ekoturistik marshrutlarda mahalliy aholining xizmatidan atroflicha foydalanish ularni noekologik yo‘naltirilgan turmush tarzini ijobiy tomonlarga o‘zgartiradi.

Farg‘ona rayoni ekoturizmni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki undagi landshaftlarining turli-tumanligi markazdagi cho‘llardan tortib, to maftunkor tog‘ cho‘qqilari barchani o‘ziga jalb etadi. Tog‘lardagi tezoqar va ba‘zida kechuv qiyin bo‘lgan daralarda raftlarda oqish (rafting), Janubiy

Fargʻonadagi balandligi 10 m keladigan, dam olayotgan tuyalarni eslatuvchi ekzotik relef shakllariga hamda "Yozyovon davlat tabiat yodgorligi"dagi ajoyib tabiiy qum massivi (1994-yilda tashkil etilgan va maydoni 1,9 ming ga) piyoda turlar uyushtirish mumkin. Koxu vodiysida 120 yil avval vujudga kelgan, oq, kulrang qoyalar bilan oʻralgan toza, muzdek suvli koʻk va yashil koʻllar ham ekoturizm obʻektidir.

Fargʻona vodiysida milliy hunarmandchilik juda ham rivojlanganligi tufayli uni ekoturizm bilan uygʻunlikda olib borish mumkin. Rishtonda avloddan-avlodga oʻtib keluvchi kulolchilik sanʼati, Chustda doʻppidoʻzlik, pichoqchilik va temirchilik, Margʻilonda atlas toʻqish kabi milliy xunarmandchilik asrlar davomida taraqqiy etib kelmokda.

Turkiston ekoturistik rayonida ekoturlarni alohida muhofaza etiladigan hududlarga uyushtirish mumkin. Chunki bu rayonda Turkiston tizmasining shimoliy yonbagʻrida 1959- yilda tashkil etilgan, absolyut balandligi 1760-3500 m, umumiy maydoni 21735 ga boʻlgan «Zomin davlat qoʻriqxonasi», maydoni 24110 ga boʻlgan noyob togʻ-archa ekosistemalarini tiklash va rekreatsiya maqsadlarda foydalanish uchun 1978- yilda tashkil etilgan «Zomin milliy bogʻi» mavjud.

Qashqadaryo ekoturistik rayoni choʻl, dasht, togʻ oldi va togʻli hududlardan iborat. Bu rayonda yoz va bahor oylarida choʻl va dashtlarda, yilning barcha fasllarida esa togʻ oldi va togʻli hududlariga ekoturlar uyushtirish mumkin. Qashqadaryo rayonida 1979-yilda tashkil etilgan, 3938 ga maydonga ega boʻlgan, MDH davlatlari ichida yagona «Kitob davlat geologiya qoʻriqxonasi», 1992-yilda tashkil etilgan «Muborak buyurtmaxonasi», 1992- yilda tashkil etilgan «Sechenkoʻl buyurtmaxonasi» mavjud.

Hisor rayoni 1983-yilda tashkil topgan. Oʻzbekiston Respublikasi Qishloq va suv vazirligiga qarashli, absolyut balandligi 1150-4349 m. boʻlgan, 870 xil oʻsimlik, 140 xil hayvonot olamiga ega, maydoni 80,9 ming ga boʻlgan Hisor davlat qoʻriqxonasi mavjud. Bu rayonda ekoturlarni mahalliy aholining

madaniyatini aks ettiruvchi "Boysun" etnografik folklor ansambli chiqishlari bilan uy g'unlikda olib borish sayohlarni o'ziga ko'proq jalb qilish imkoniyatini beradi.

Surxandaryo ekoturistik rayonida Ko'hitang tog'li hududda 1987-yilda tashkil etilgan, 53,7 ming ga maydonda 800 xil o'simlik va 290 ta qush hamda 20 dan ortiq hayvon turlarini muhofaza qilishga yo'naltirilgan «Surxon davlat qo'riqxonasi» mavjud. Surxondaryo rayoni Respublikamizning o'ziga xos rayonlaridan biri, bu yerda quruq subtropik iqlim mintaqasi hukmron. Shuning uchun ham yilning ko'p oylarida ekoturlar uyushtirish imkoniyati bor¹⁹.

Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yetarli, imkoniyatlar katta. Ekoturni yilning barcha fasllarida o'tkazish va uni tarixiy, diniy turizm bilan qo'shib olib borish mumkin.

Toshkent shahriga yaqin bo'lgan Xumson-Oqtosh zonasining turistik salohiyati tur mahsulot xizmatlarining narxi uncha baland emasligi va xududning katta imkoniyatlari bilan farqlanadi. Xumsonga qilinadigan tashriflarning o'rtacha soni har mavsumda 10 ming kishiga yetadi, Xumsonning-Oqtosh zonasiga bir kunlik tashriflarni ham qo'shib hisoblaganda kamida 120 ming kishiga yetishi mumkin.

Xumson xalqaro turizm yo'nalishida kam tilga olinadi. Chet el sayohatchilari bu yerlarga faqat Toshkentga qilgan tashriflari doirasida kelishadi (ularning ulushi atigi 2% ni tashkil qiladi, bo'lish muddatlari 2 kungacha). Bu hol xalqaro miqiyosda reklama ishlari hali to'liq yo'lga qo'yilmaganligini anglatadi. Shu bilan birga, Xumson-Oqtosh turistik zonasiga qiziqish bildiradigan mahalliy turoperatorlar mavjud. Masalan, Asia rast, Ecosan tour, Elena tour, AST, Ark-Osiyo firmalari shular jumlasidandir. Xumson-Oqtosh zonasi bo'yicha tavsiya qilinadigan turistik mahsulot yo'nalishlari:

- tog'da otda yurish marshrutlari;
- tog'da piyoda yurish marshrutlari;

¹⁹ O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat ko'mitasi ma'lumotlari asosida

- folklor va gastronomiya;
- tabiat qo‘ynida hordiq chiqarish, joylarga ekologik turlar uyushtirish;
- baliq ovi, dorivor o‘simliklar yig‘ish.

Yuqorida ko‘rsatilgan marshrutlar o‘tkazish uchun eng qulay vaqtlar:

- trekkinglar-aprel-iyun oxiri va sentyabr-oktyabr o‘rtalari;
- tog‘larga chiqish-may-sentyabr;
- suvda sayr qilish-may-iyul;
- otda sayr qilish iyun-iyul va sentyabr-oktyabr;
- iznes iva sayr qilish-may-oktyabr;
- paraglayding va deltaplenerlik-may-oktyabr;
- tog‘ chang‘isi va taxtalari (snoubording)-yanvar-mart oxiri.

14-mavzu. GASTRONOMIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Reja:

14.1. Gastronomiya turizmining turlari, rivojlantirishning maqsadi va vazifalari

14.2. O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari

14.1. Gastronomiya turizmining turlari, rivojlantirishning maqsadi va vazifalari

Hozirgi vaqtda gastronomiya turizmining rivojlanishi «milliy iqtisodiyotga ijobiy ta'siri, bandlikni ta'minlash va madaniy meros sifatida har tomonlama tavsif» sifatida BTT ning doimiy nazoratida hisoblanadi. BTT ekspertlarining taqdim etgan ma'lumotlariga binoan «turizm sohasidagi 30% harajatlarni gastronomiya turizmi tashkil etib, gastroturizm mahalliy madaniyatning asosiy elementi va ishlab chiqarishning asosini tashkil etadi, bunda asosiy e'tibor Buyuk Ipak yo'lidagi turistik yo'nalishlarning turistik takliflarini takomillashuvini va milliy oshxonani rivojlantirishga qaratilgandir»²⁰.

Sayohatga chiqar ekanmiz biz o'z oldimizga odatda qator maqsadlarni qo'yamiz, jumladan, Sinay tog'lariga ko'tarilish, Qadimgi Misr va Rim ehromlarini tomosha qilish, yoxud dengiz bo'yida miriqib dam olish kabi maqsadlar bilan birgalikda, muhimi asrlar davomida saqlanib kelgan mahalliy milliy taomlar ta'midan bahra olish va ularni tayyorlanish madaniyati bilan tanishishdan iborat bo'ladi.

Gastronomik turlarning maqsadi u yoki bu mamlakat oshxonasining xususiyatlari bilan tanishishdan iborat bo'lib, bunda bir necha tansiq taomlarni tatib ko'rish yoxud ko'plab taomlarni iste'mol qilish emas, balki asrlar davomida

²⁰ Данилов С. Туризм со вкусом узбекского плова. Т.: 2013

saqlanib kelgan mahalliy reseptlarni va urf-odatlarini o'zida jamlagan milliy taomlardan bahra olish va ularni tayyorlanish madaniyati bilan tanishishdan iborat bo'ladi.

Gastronomik sayohat – bunda sayohatchi u yoki bu mamlakat to'g'risidagi tushunchani izohlash bilan birga, milliy taom orqali shu mamlakat xalqining ruhiyatini o'rganadi va uning mentaliteti haqida ma'lumot oladi. **Shunday qilib, gastronomiya turizmi – bu mamlakatlar va qit'alar bo'ylab sayohat qilish hisoblanib, maqsadi mahalliy oshxona xususiyatlari bilan tanishish hamda kelgan sayyohlarga antiqa taom va mahsulotlardan tatib ko'rishga imkon yaratadi.**

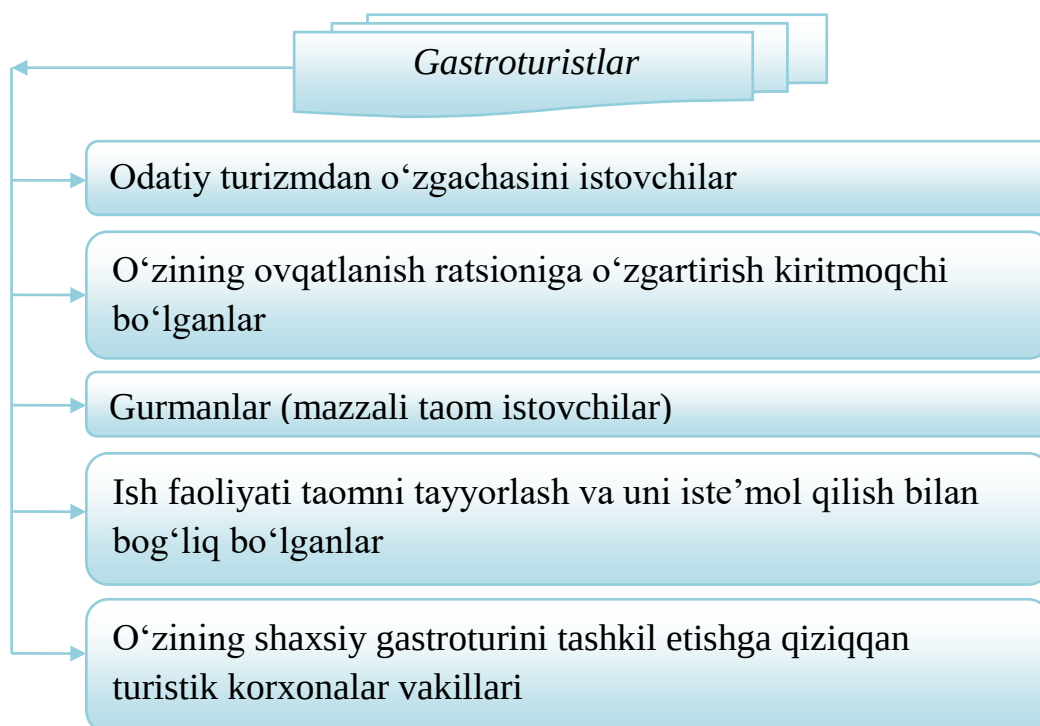
Gastronomik tur xizmat sifatida nafaqat sayohat qilish bo'lib hisoblanadi, balki dunyoning boshqa biror joyida takrorlanmaydigan va betakror ta'mga ega bo'lgan masalliklardan tarkib topgan ma'lum bir hududdagina uchrovchi taomlarni tatib ko'rishga qaratilgan tadbirlar majmuiga kiradi.

Gastronomiya turizmi turiga qiziqish yildan-yilga oshib bormoqda. Bu qiziqish ko'proq Buyuk Britaniya, Italiya va Peruda keng ommalashib, yildan – yilga gastroturistik marshrutlar ishlab chiqqan mamlakatlar soni tabora ortib bormoqda. Bunday qiziqishning oshishi turizmning boshqa turlarini ham rivojlantirishga zamin yaratmoqda. Insonlar dam olishining bu turini yarim fabrikat mahsulotlarni iste'mol qilish ko'ngliga urganidan so'ng, ko'ngli istagan taomni asl holida tatib ko'rishga intilish, deb ham tushunish mumkin.

Gastronomiya turizmi birinchi navbatda gurmanlar, ya'ni mazali taom istovchilar uchun jozibador bo'lib, ularga tansiq taom, bu nafaqat yegulik balki, ko'tarinki kayfiyat bag'ishlovchi lahzalar hisoblanadi. Ikkinchidan, gastronomik sayohatlar ish faoliyati ovqat tayyorlash va tanovvul qilishga bevosita bog'liq bo'lgan kasb egalarini-xususan restoran boshqaruvchilarini, tatib ko'ruvchilar (degustatorlar), restoran tanqidchilari kabi insonlarni o'ziga jalb qiladi. Bu insonlar gastroturlarga o'zlarini kasbiy mahoratlarini oshirishga, bilimlarini oshirish va

ko'nikmalarini mohirona boshqarishga yo'naltirish maqsadida gastroturlarga chiqishadi. Shundan kelib chiqib, bu gastronomik turlarda eng mohir bosh oshpazlar (shef-povarlar)dan iborat master-klasslar bo'lib, bunda ular o'z kasbiy sirlari bilan bajonidil baham ko'rishadi. Nihoyat gastronomik turlarda turistik kompaniya vakillari o'z tijoratini kengaytirish maqsadida kulinar sayohatlarga chiqishadi.

Bugungi kunda aholi qatlamining quyidagi vakillari gastronomik turistlarni hosil qiladi:



14.1-rasm. Gastronomik turistlarning tarkibi

Gastroturlar ikki turga bo'linadi: qishloq («yashil» deb nomlanuvchi) va shahar gastroturlariga bo'linadi. Buning o'ziga xos farqi shundakim, qishloq joyiga sayohatga chiqayotgan turist ekologik toza mahsulotni tatib ko'rishga yo'naltirilgandir. Masalan: «yashil» turlarda o'rmonlarda o'sib turgan yovvoyi mevalarni yig'ish, dalalarda o'sib yotgan meva va sabzavotlarni yig'ish, ruxsat berilgan joylarda ov va vino ishlab chiqarish yo'llari bo'ylab sayohatni taklif qiladi. Shahar gastroturlari konditer fabrikasiga sayohatni yoki kichik kolbasa sexi,

shu sex qoshida joylashgan restoran va shu yerda tayyorlanadigan taniq taom sexi mahsulotlari bilan tanishtiriladi.

Bundan tashqari, bizlarga bir hududning turli-xil taomlari va bir xil taomni turli xil mamlakatlarda tayyorlanishi bilan ham aynan shu gastroturlar tanishtiradilar. Bu juda ham mashhur bo'lgan fransuz bolgar vinolari turi bo'lib sayyohlarni uzum ishqomlari bo'ylab sayohatga, uzum yig'ishga va vinolar tatib ko'rish (degustatsiyasi)ga chorlaydi.

Gollandiya, Shvesariya va Italiyaga pishloqli turlarda sayohatchilar pishloqlarni eng sara navini tatib ko'rishi va pishloqli yarmarkalarga tashrif buyurishi mumkin. Germaniya, Avstriya, Chexiya, Belgiya bo'ylab pivo turlarida bu ichimlik ishqibozlariga pivoning turli-xilligidan tashqari, pivo tayyorlanish xonalari, mashhur pivo barlari va festivallarga tashrifi bilan ham ajralib turadi. Shuni ta'kidlash joizki, har bir davlatni o'ziga xos gastroturizm salohiyati mavjuddir.

Zero har bir davlatning o'ziga xos milliy oshxonasi va unda boshqa bir mamalakatda takrorlanmaydigan, asrlar osha saqlanib kelayotgan, o'zining takrorlanmas mehmondo'stligi va milliy taomlari bo'lgan oshxonasi mavjuddir. Masalan, Yaponiyada turistlar gid boshlovchi yordamida ularning milliy taomi bo'lgan «sushi»ni tayyorlash uchun mahsulotlar harid qilishadi va sayyohlar ko'z oldida mashhur bosh oshpazlar (shef-povarlar) tomonidan «sushi» tayyorlanadi. Pasta nazarimizda Italiya sarhadlaridan chiqib ketgan juda ham oddiy taom bo'lib, ko'ringani bilan, kulinar sayohatda turist bu taomni turli xilligi, uning takrorlanmas ta'mi va bir xil reseptda turli xil oshpazlar tomonidan tayyorlangan pastaning mo'jizaviy ta'mi bilan tanishadi hamda uni bir-biri bilan qiyoslaydi.

O'zbekistonda ham turbiznesning bu yo'nalishi bo'yicha afzalliklarini tushunayotgan turfirmlar soni tobora ko'paymoqda. Bizda asosan «yashil gastroturizm keng rivojlanadi», degan fikrdamiz, chunki, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yil 10-oktabrda «Umumiy ovqatlanish tashkilotlari

faoliyatini takomillashtirish va xodimlar malakasini oshirish bo'yicha» Qarori²¹ga asosan O'zbekiston oshpazlar uyushmasi qoshida milliy oshpazlik san'ati xalqaro Markazi tashkil etildi. Ushbu qaror bilan uning vakolati kengaytirilgan hamda mustahkamlandi. Uzoq tarixga ega an'analarning borligi va milliy taomlarning turli-tumanligi o'zbek oshpazchiligining xorijiy mamlakatlarda keng ommalashishiga olib kelishi ushbu hujjatda o'z aksini topgan. Buning uchun bizda mavjud qadimdan shakllangan, ekologik toza va inson organizmini tetik qiladigan milliy taomlarimiz degustatsiyasini tashkil qilish lozim bo'lmoqda. Bunda antiqa milliy taomlarimiz orqali gastronomiya turizmini qishloq turizmi bilan bog'lash imkoniyati yaratilmoqda. Darhaqiqat, viloyatlarda joylashgan qishloqlarda faqat shu joyga xos bo'lgan tayyorlanadigan taomlar mavjud bo'lib, uning mazasi va tarkibi boshqa viloyat qishloqlarida takrorlanmaydi. Aynan shu jihati bilan bunday taomlar xorijiy turistlar va mahalliy aholi uchun ham mazali hisoblanadi. Bunga misollar quyidagi jadvalda batafsil keltirilgan.

14.2. O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari

Pazandachilikda har bir xalqning urf-odatlarini, tarixiy an'analari va o'ziga xos xususiyatlari aks etadi. Manashu o'ziga xoslik milliy oshxonalarda ajoyib taomlarning yuzaga kelishi va turli-tuman bo'lishiga ham sabab bo'ladi. Barcha taomlarimizning mazzali va xushta'mlilik darajasiga ko'tarilishida quyoshli o'lkamiz zaminida yetishtiriladigan dexqonchilik mahsulotlarining xilma-xilligi muhim ahamiyat kasb etadi. Dasgurxonimizning o'ziga xos xususiyatlarini to'la namoyon etadigan omillardan biri-taomlarimizning turli-tumanligidir. Chunonchi, chorvachilik bilangina shug'ullanadigan joylarda go'sht-yog', sut-qatiq ko'proq iste'mol qilinsa, dexqonchilik rivojlangan xududlarda esa sabzavotli, don-dukakli ovqatlar asosiy o'rin oladi. Shunday taomlar

²¹ "Умумий овқатланиш ташкилотларининг фаолиятини янада такомиллаштириш ва ходимларининг касбий даражасини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида" Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йилдаги 289-сонли Қарори.

borki, bularni kundalik iste'mol uchun emas, balki bayram dasturxonlariga mo'ljallab, aziz mehmonlar uchun tayyorlanadi. Qazi-qarta, po'stdumba o'ramasi, tandir kabob, norin, xasip kabi tansiq taomlar shular jumlasiga kiradi.

Bir xududda yashayotgan turli millatlar va elatlarning taomlari bir-biriga o'xshashi tabiiy holdir. Masalan, agar o'zbek taomnomasiga nazar tashlaydigan bo'lsak, unda rus, tojik, ukrain, kavkaz, tatar, qozoq, uyg'ur va boshqa xalqlar taomlarining o'nlab xillari uyg'unlashib, tobora takomillashib borayotganligining guvohi bo'lamiz. O'z navbatida, palovlarimiz, suyuq oshlarimiz, hamir taomlarimiz qardosh xalqlarning dasturxonini ham bezab turibdi.

Xalqimiz pazandachiligida yilning ma'lum fasllaridagina dasturxonga tortiladigan taomlar ham bor. Masalan, bahorda qaymoq, qo'shilgan rediskali gazak, shovul sho'rva, sumalak, halim, ko'k chuchvara, ko'k somsa, kovatok palov (tok oshi), qovurma gulkaram, yalpizli moshxo'rda iste'mol qilinadi. Yozda esa pomidor kabob, karam do'lma, dumbil sho'rva, qalampir do'lma, lag'mon, qatikli ugra oshi, suzmali gazak, chalop, go'ja oshi, bug'lama kabob, go'shtli dimlama, sabzavotli dimlamalar, ayron, yaxna choy, meva kompotlari va hokazolar xush keladi. Kuzda qovurma baliq, laqqa kabob, barra go'sht, kalla sho'rva, bedana kabob, behili palov, kartoshkali manti, asalli behi, kesma lag'mon, oshqovoq somsa kabilar ko'proq dasturxonlardan arimaydi. Ayoqli kunlarda qazi-qarta, po'stdumba, qo'y yog'li palov, kart dumba palov, qazili palov, barra kabob, turpli salat, qovurma sho'rva, moshkichiri, qishga saqlanadigan mevalar, ularning murabbo, kompot, qoqilari, sirkalangan va tuzlangan sabzavotlar iste'mol qilinadi.

O'zbekiston sharoitida gastronomiya turizmini shakllantirishdagi milliy taomlarning turlari quyidagi 14.1-jadvalda berilgan.

**Gastronomiya turizmini shakllantirishdagi milliy taomlarning
turlari**

№	TAOM NOMI	TAYYORLASH XUDUDLARI	IZOH
1.	Atala	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. (Sut atala, un atala, ko'k atala)	Atala – yurtimizdagi eng qadimiy taomlardan biri hisoblanadi. Qadimdan ota bobolarimiz atalani quvvat bag'ishlovchi darivor taom sifatida iste'mol qilishgan. Bu taom to'yimliliği bilan bir qatorda, oshqozon kasalliklariga davo hisoblanadi.
2.	Qurtoba	Navoiy, Surxondaryo, Jizzax, Samarqand, Buxoro viloyatlarida tayyorlanadi.	Qurtoba – eng qadimiy taomlarimizdan biri hisoblanadi. Bu taom deyarli barcha xonadonlarda tayyorlangan. Chunki qurtoba inson organizmiga nihoyatda foydali, tanani qizdiruvchi va qo'shimcha quvvat beruvchi taom.
3.	Shirchoy	Bu taom ham yurtimizning barcha viloyatlari dasturxoniga nonushtasiga tayyorlanadi.	Shirchoy – ham qadimdan xalqimiz orasida eng mashhur taomlardan biridir. Chunki bu taom oson tayyorlanishi bilan birga yengil xazm bo'luvchi taom hisoblanadi. Oshqozon, buyrak va yurak kasalliklariga davo hisoblanadi. U o'zining badanga tez singishi, ko'p quvvatliliği bilan mashhur.
4.	G'ilmini	Surxandaryo va Samarqand viloyatining Bulung'ur, Qo'shrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G'allaorol, Baxmal, Zomin tumanlarida maromiga yetkazib tayyorlanadi.	G'ilmini- qadimdan ota-bobolarimiz dalada ishlab xoldan toyganlarda shuningdek, mo'tabar mehmonlarga tayyorlab berilgan. Chunki xalqimiz orasida juda kuchli taom hisoblanadi. Bu taomni faqatgina ustasigina maromiga yetkazib tayyorlashi mumkin. Tayyorlash usuli murakkabligi bois xalqimizning barcha xonadonlarida ham tayyorlanmaydi. Taom kam quvvatli larga tavsiya etiladi. Yengil, ishtahani ochuvchi, kishini uzoq muddat to'q tutish xususiyatiga ega.
5.	Yupqa	Surxandaryo va Samarqand viloyatining Bulung'ur, Qo'shrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G'allaorol tumanlarida maromiga yetkazib tayyorlanadi.	Yupqa – xalqimizda qadimda asosan qish oylari juda sovuq kelganda, oiladagilardan biri qattiq shamollaganda tayyorlangan. Janglarda askarlarga ham aynan shu taom ko'pincha tayyorlab berilgan. Bu taom nihoyatda kuchli taom hisoblanadi. Hamma organizm ham bu taomni ko'tara olmaydi. Faqat kuchli organizmli insonlarga bu taomni iste'mol qila oladi.
6.	Go'ja	Yurtimizning tog' oldi tumanlarining barchasida tayyorlanadi.	Go'ja xalqimizning yozning issiq oylarida chanqoqbosdi taom sifatida iste'mol qilinadigan taomi hisoblanadi. Sutli go'ja Toshkent va Farg'ona vodi y tom onlarda tayyorla-nadi. Shuning uchun ham bu taom juxori, makkajuxori va bug'doy yetishtiriladigan joylarda ko'proq tayyorlanadi. Ushbu taom holsizlikning oldini oladi.
7.	Tandir kabob	Surxondaryo, Qashqadaryo va	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi.

		Jizzax viloyatining tog‘li tumanlarida tayyorlanadi.	
8.	Kulchatoy	Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi.	O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste’mol qilinadi. Ko‘pincha mehmonlar taomi deb yuritiladi.
9.	Mosh kichiri	Yurtimizning barcha tumanlarida ayniqsa Toshkent viloyatida tayyorlanadi.	O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste’mol qilinadi, parhez taomlari turiga kiradi.
10.	Moshxo‘rda	Yurtimizning barcha tumanlarida ayniqsa Toshkent viloyatida tayyorlanadi.	O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste’mol qilinadi. Ayniqsa, Toshkent shahri va Toshkent viloyatlari aholisi sevib iste’mol qiladigan taom hisoblanadi.
11.	Ugra palov	Samarqand viloyati va unga yaqin joylarda tayyorlanadi.	Samarqand viloyati va unga yaqin joylar aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste’mol qilinadi.
12.	Sumalak	Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi.	O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisi bahor faslida pishiradigan milliy taomi sifatida qadrlanadi. Bu taom insonlarga kuch-quvvat bag‘ishlaydi. Musulmon dunyosida Navruz taomi deb yuritiladi.
13	Nisholda	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Nisholda ota-bobolarimizdan qolib kelayotgan, to‘y va marakalarda tortiladigan shirinliklardan biri bo‘lib, hozir ham iste’mol qilinadi. Nisholda oppoq piyolaga solib qo‘yilsa dasturxonni bezatadi, hazm qilish xususiyatlari kuchli.
14	Xolvaytar	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli shirinliklari sifatida iste’mol qilinadi. Aholi orasida mashhur shirinlik bo‘lib, ko‘pincha to‘y va marakalarda pishiriladi.
15	Qatlama	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli non mahsulotlari sifatida iste’mol qilinadi. Aholi orasida mashhur non mahsuloti bo‘lib, ko‘pincha to‘y va marakalarda pishiriladi.
16	Norin	Yurtimizning Toshkent shahri va Toshkent viloyatlari xududlarida tayyorlanadi.	Sumalak va xalimdan (xalisa) keyin eng uzoq tayyorlanadigan taomlardan biri, taomdagi turli tuman maza-ta‘m hozirgacha norinning dovruq‘ini, sirtiligini saqlab kelmoqda.
17	Xasip	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Bu taom ham xalqimizning eng sevimli taomlaridan bo‘lib, asosan so‘yilgan molning kalla oyoqlari, oshxozon va ichaklaridan tayyorlanadi hamda to‘yimli, quvvat bag‘ishlovchi taom hisoblanadi.
18	Qiyma kabob	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Bu taomning dovro‘g‘i butun mamlakat va hattoki xorijlik mehmonlarga ham yetib borgan. O‘zining pishirilish jarayoni, ta‘mi, ko‘rinishi har qanday kishining ishtahasini ochadi.
19	Chalop	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Yurtimizning hamma viloyatlarida ayniqsa yoz mavsumida tayyorlanib iste’mol qiladigan asosiy suyuq taom hisoblanadi. Chalop issiq kunlarda ishtaha ochuvchi va tez hazm qiluvchi taomdir.

20	Tuxum barak (xorazmcha taom)	Yurtimizning Xorazm, Buxoro va Navoyi viloyatlarida tayyorlanadi.	Tuxum barak asosan Xorazm, Buxoro va Navoyi viloyatlarida tayyorlanadigan taom bo'lib, milliy oshxonamizda qadimiyligiga va muhlisiga ega bo'lgan quvvat bag'ishlovchi mazali taomlardan hisoblanadi.
----	-------------------------------------	---	---

Shuni ham ta'kidlash joizki, hozirgi paytda Go Uzbekistan.uz, Restoran.uz portali bilan hamkorlikda «O'zbekiston gastronomiya turizmi» nomli yangi loyihasi faoliyat ko'rsatmoqda. Bu bilan mamlakatimizning oshpazlik san'atidagi taomlardagi xilma -xilligi va mahalliy xususiyatlarga tegishli ekanligi, oddiy va qadimiyligi hududlardagi ilg'or tajribalar bilan xalqaro turizm bozoriga kirib borishiga imkoniyat yaratadi.

15-mavzu. QISHLOQ TURIZMINI RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI

Reja:

15.1. Jahonda qishloq turizmining shakllanish jarayoni

15.2. Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va uni

O'zbekiston sharoitida qo'llash

15.3. Qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa davlatlarining dasturlari

15.1. Jahonda qishloq turizmining shakllanish jarayoni

XX – asrning ikkinchi yarmidan insoniyatning tarixiy – madaniy boyligi va tabiat resurslarini asrab – avaylashning muhimligi keng jahonda e'tirof etila boshlandi. Natijada qishloq turizmi jadal sur'atlar bilan rivojlana boshlandi. Hozirda esa odamlarning (turistlarning) mahalliy aholi bilan tanishuv va muloqatga kirishi, do'stlashuvi, qishloq hayoti bilan hamnafas bo'lish, qishloq xo'jalik ishlari bilan shug'ullanish, qishloq tabiati bag'rida dam olish, sport bilan shug'ullanish turizmda qishloq turizmining imkoniyatlari katta ekanligini isbotladi. So'ngi yillarda esa qishloq turizmining ko'p faoliyatligi natijasida dunyoda uning ommaviyligini tobora oshirib, kuchaytirib bormoqda. Qishloq turizmini ekologik turizmning bir tarmog'i deb talqin qiluvchilar ham o'zlarini haq deb bilishadi. Masalan, ekologik turizm ko'p hollarda tabiat bag'rida joylashgan qishloqlarda yuz beradi yoki turistlar turistik infratuzilmalar va turistik xizmatlarni ekotur vaqtida qishloq aholisidan sotib olishadi. Jahon ilmiy adabiyotida ekologik turizmning nomlanishiga e'tibor bersak, bu holatni tezda ilg'ab olamiz:

- yumshoq turizm (Soft Tourismus);
- tog' turizmi (Mountain Tourismus);
- tabiat turizmi (Nature Tourismus);
- yovvoyi turizm (Wilderness Tourismus);
- yashil turizm (Green Tourismus);

- sarguzasht turizmi (Adventure Tourismus);
- qishloq turizmi (Agro Tourismus);
- ekoturizm (Ecotourismus).

Qayd qilingan turizmning barcha turlari ham nomlanishi ham albatta tabiat va uning resurslarini eslatib turadi. Qayd qilingan talablardan ma'lum bo'ladiki, qishloq turizmi ko'p faoliyatlari jihatidan ekoturizmdan ancha farq qiladi. Qishloq turizmida turistlar qishloq aholisi (fermer, dehqon, cho'pon) bilan birga yashaydi, ko'p hollarda birga ishlaydi, ularning turmush kechirishi, hayot tarzi bilan qiziqadi. Shu jihatlardan ham qishloq turizmini ekoturizmga qo'shish noto'g'ri xulosalarni keltirib chiqaradi.



Tog'dagi qishloqning ko'rinishi



Ming yoshli chinor

Qishloq turizmini rivojlantirishning nazariy va amaliy asoslarini o'rganishdan quyidagi xulosalar kelib chiqadi:

1. Qishloq turizmi mehnat resurslarini qo'shimcha, yangi ish o'rinlari bilan ta'minlashda katta imkoniyatlarni yaratadi;
2. Tabiat va tabiiy resurslardan foydalanishning yangi texnologiyalarini jalb qiladi;
3. Qishloq turizmi ekologik toza oziq – ovqat mahsulotlarini ishlab chiqishni ta'minlaydi;

4. Qishloq turizmi tabiat muhofazasida investitsiyalar kirishini axborotlaydi va qishloqda xizmatlar servisini takomillashtiradi;
5. Qishloq turizmi qishloqlarda mahalliy aholining ijtimoiy – iqtisodiy darajalarini o‘stiradi;
6. Qishloq turizmi mahalliy mahsulotlar, hunarmandchilikka keng yo‘l ochadi;
7. Qishloq turizmi tabiatni muhofaza qiluvchi mahalliy boshqaruvni rivojlantiradi va ma’naviy, moddiy jihatlar bo‘yicha rag‘batlantiradi;
8. Qishloq turizmi xalqlar o‘rtasida hamdo‘stlik aloqalarini yuzaga keltiradi;
9. Qishloq turizmi turistik resurslarni muhofaza qiladi, ta’mirlaydi va obodonlashtiradi;
10. Qishloq turizmi insonlarni ruhiy, jismoniy jihatdan dam oldiradi;
11. Qishloq turizmi dehqonchilik, bog‘dorchilik va chorvachilikni o‘rgatadi, bu sohalarining mahsulotlaridan manfaatdor bo‘lishni ta’minlaydi.

15.2. Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va uni

O‘zbekiston sharoitida qo‘llash

Jahonda qishloq turizmini tashkil qilishning ancha mukammal modellari Yevropa davlatlarida ishlab chiqilgandir. Bu modellar deyarli biri – biriga o‘xshamaydi. Eng muhimi, quyida qayd qilingan modellar hozirda Yevropa davlatlarida muvoffaqiyat bilan ishlamoqda va jahondagi ko‘plab davlatlar bu modellar asosida o‘z mamlakatlarida qishloq turizmini rivojlantirishmoqdalar.

Britaniya modelida asosan qishloq turizmida turistlarni joylashtirishga ko‘proq e’tibor berilgan. Boshqa jihatlar esa Yevropadagi davlatlar tajribasidan olingan hisoblanadi.

Turistlarning ommaviylashgan, ular yaxshi ko‘radigan yashash tarzi 3 tipga bo‘linadi:

1. Fermerning uyida yashash va uning oilasi bilan nonushta qilish. Bu sharoitda fermer bilan, uning oila a'zolari bilan do'stona aloqalarni boshlash imkoniyatlari, sharoitlari yuzaga keladi;

2. Alohida binoda, qisman qulaylik sharoitida o'z – o'ziga xizmat qilish bilan yashash;

3. Atroflari o'ralgan, o'rtacha 8 – 15 turistni joylashtiradigan binoda, o'z – o'ziga xizmat qiladigan sharoitda yashash.

Uchinchi variant Britaniya modelida juda daromadli hisoblanadi. Bir kunlik tunash har bir turist uchun 10 yevro miqdorida. Bu variantning daromadliligining asosiy sababi yoshlarga va guruhlariga mo'ljallanganligidadir. Bu sharoitni o'quvchilar va ayniqsa studentlar ma'qul ko'rishadi. Shu bilan birga Britaniya modelida qishloqda joylashishning 3 xil darajasi bor: lyuks –puldorlar uchun maxsus qurilgan uy, o'rtacha boylar uchun maxsus qurilgan hovli va yuqoridagi 3 ta sharoitli yashash tarzi.

Britaniya modelida yana bir muhim xizmatlar borki, qishloqlardagi tadbirkorlar turstlar uchun mahalliy ahamiyatga ega bo'lgan milliy va sport o'yinlari, bolalar uchun poni (pakana) otda sayr, otlarda sayr, golf o'yinlarini tashkil qilishadi. Shuning uchun ham shaharliklar bahor va yoz oylarida qishloqlarga shoshilishadilar.

Britaniya modelidagi yana bir muhim jihatlar shundan iboratki, ota – onalar bolalarini ekologik madaniyat, bilim ruhida tarbiyalash uchun ham bolalarini qishloqlarga olib borishadilar va qishloq tadbirkorlari maxsus tayyorlangan maydonchalarda (og'il, molxona) chorva mollarining bir – ikki oylik uloqchalar, buzoqchalar, qo'zichoqlar bilan birga o'ynashadi, quyonlarga, qushlarga ovqat, don berishadi. Bu jarayonlarda bolalarda hayvon va parrandalarga mehr tuyg'ulari hosil bo'ladi.

Fransiya modeli. Fransiya jahonda qishloq turizmini rivojlantirgan birinchi mamlakat hisoblanadi. Bu davlat XX asrning o'rtalarida qishloq turizmini rivojlantirishning davlat dasturini ishlab chiqqan edi. Hozirga kelib qishloq turizmi

fransiyaning barcha departamentlarida yaxshi tashkil qilingan. Fransiya modelida qishloq turizmi ancha murakkab va maxsus ixtisoslashtirilgan hisoblanadi. Mamlakatning janubida qishloq – cho‘milish plyaj turizmi infratuzilmalari yetarli darajada yaratilgan. Bu qishloqlarda turistlar uchun maxsus kotedj uylari qurilgan. Markaziy rayonlarda agroturizm yaxshi rivojlangan. Bu yerdagi qishloqlarda turistlar uchun kichik uylar barcha sharoitlari bilan turistlarning ixtiyoriga beriladi. Chunki, faranglar ovqatni o‘zlari tayyorlashni xush ko‘rishadi.

Fransiya vino va gastronomiya turizmi bo‘yicha ham jahonda oldingi o‘rinlarda turadi. Bu turizmda asosan boy turistlar dam olishadi. Ular qishloq uylarda joylashib kuniga uch mahal (to‘liq pansion) ovqatga buyurtmalar berishadi va bu ovqatlarning tayyorlanish jarayonlariga qatnashadilar.

«Vino turizmi» shaharlik faranglarning eng yaxshi ko‘rgan qishloq xo‘jalik turizmi yo‘nalishiga kiradi. Ma‘lumki, faranglar eng ko‘p vino ichadigan xalqlardir. Vino turizmidagi turistlar vinoning ta‘mini sinab ko‘rishga qatnashadilar, shampan vinosidagi farqni bilish uchun ko‘plab vinochilik xo‘jaliklariga borishadilar, vino tayyorlashni o‘rganishadilar, vinoni mehmonlarga uzatishni mashq qilishadi, vinoning navlarini to‘plab uylariga olib ketishadilar.

Ko‘plab turistlar qadimiy qal’alar, tarixiy ibodatxonalar, arxeologik topilmalar joylashgan qishloqlarda hafta – o‘n kunlab qolib ketishadi. Ular qishloq uylarida joylashib kuni bilan piyoda sayrga chiqishadi, ibodatxonalar, tarixiy joylarni o‘rganishadi va ovqatlanishga to‘liq haq to‘lashadi, o‘zlari ovqat tayyorlashmaydi. Alp tog‘laridagi qishloqlar esa asosan chang‘i sporti havaskorlariga turistik xizmatlar ko‘rsatishadi.

Germaniya modeli. Germaniyada qishloq turizmini fermer turizmi deb nomlashadi. Tabiiylikka intilgan nemislar imkoni boricha qishloqlardagi eski uylarda yashashga intiladilar. Shuning uchun ham nemislar qishloqlarda zamonaviy qulayliklarga ega bo‘lgan uylarni qishloqlarda qurishmaydilar. Nemis turistlari qishloqlarda dam olishda yerda ishlash, hayvonlarni boqish, madaniy o‘tirishlar, suhbatlar va baliq ovlashga qiziqishadi.

Qishloq turizmi tashkilotchilari asosan yozgi – ta'til mavsumidaga to'g'ri keladigan xalqning milliy bayramlari, milliy folklor festivallariga moslab turmahsulot tayyorlashadi, qishloqlarda xalqaro ko'rgazmalar ko'plab tashkil qilinadi. Masalan, «Oktoberfest» bayramiga jahonning deyarli barcha mamlakatlaridan turistlar kelishadi. Shuningdek, nemis qishloqlarida 100 yillab o'z tarkibini o'zgartirmasdan tayyorlanayotgan pivo ichimligi bayramlari ham ko'plab uyushtiriladi.

Italiya modeli. Italiyada qishloq turizmi ko'pincha dehqon turizmi deb ataladi va turistik dasturlar asosan 3 mavzuda tuziladi va ishlab chiqiladi:

1. Tabiat va sog'liq
2. An'anaviy gastronomiya
3. Sport

Qayd qilingan tur mahsulotlar ishlab chiqilgan maxsus, ixtisoslashgan qishloqlar bor. Masalan, K'yaniiy, Umbriya va Sitsiliya provinsiyalari faqat «tabiat va sog'liq» yo'nalishiga moyil turistlarni qabul qilishadi.

Vinochilik turizmi ham xuddi Fransiyadagidek, turistlar vino tayyorlash uchun bog'bonga yordam beradi, bog'bon esa ish haqqiga uzum beradi va uzumni achitish jarayoni, uzumning vinoga aylanish texnologiyasini o'rgatadi va boshqalar.

Dengiz yoqasiga asosan baliq ovlashga chiquvchi turistlar, Abruppoga – zaytun yog'iga qiziquvchi turistlar tashrif qilishadi.

Qishloq turizmida joylashish vositalarini tanlash tarkibi quyidagicha: appartementlarda – 44%, xona – appartementlarda – 22%, faqat xonalarda – 4 %. Qishloq turizmini rivojlantirishda asosan Yevropa davlatlaridagi modellarni keltirishimizning asosiy sababi shundan iboratki, dunyodagi ko'plab mamlakatlar o'zlarida qishloq turizmini rivojlantirish uchun hozirda asosan qayd qilingan modellarni joriy qilishmoqdalar.

Eng muhimi shundaki, Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish uchun hamkorlikda «Qishloq turizmini rivojlantirish strategiyasi va dasturi»,

«Qishloq turizmi bozorida takliflar va talablarning o'zgarish istiqbollari»ni ishlab chiqdilar. Ushbu hamkor dasturlar asosida Buyuk Britaniya davlati 1998-yilda qishloq turizmida 350 ming yangi ish o'rinlarini tashkil qildilar.

Qayd qilinganlardan xulosa qilish mumkinki, mamlakatimizda qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa modellarini yaxshi o'rganishimiz, bu modellardan qishloqlarimizda foydalanish imkoniyatlarini o'rganishimiz, hamda qishloq turizmini rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishimiz kerak bo'ladi.

Qishloq turizmi rivojlangan Yevropa davlatlarining tajribalaridan ma'lum bo'ldiki, ushbu davlatlar qishloq turizmini rivojlantirishga bundan 50 yil oldin kirishgan. Dunyoda qishloq turizmi rivojlanishi bo'yicha birinchi o'rinda turuvchi Fransiya davlatining qishloq turizmini rivojlantirish modelini, Buyuk Britaniya modelini, Germaniya modelini va Italiya modelini qishloq turizmini xalqaro modellar deb tan olishining sababi ham shunda.

Endi O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirish uchun qayd qilingan modellarning qaysi biri o'ng'ayroq va qulayroq? Agar bu modellarning tuzilishi va ishlash tamoyillarini o'rganganimizda ularning barchasini qishloq turizmini rivojlantirishimiz uchun qo'llash hech qanday muammolarni keltirib chiqarmaydi, shu bilan birga oson ham. Chunki, qishloq turizmini rivojlantirishdagi asosiy manba – turistik resurslarning xilma – xilligi bizda yuqorida qayd qilingan Yevropa davlatlaridagidan ham ko'p.

Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish uchun, dastlab qishloq turizmini rivojlantirishning maqsadi va vazifalarini belgilab olishgan, so'ngra qishloq turizmini rivojlantirishga javob beruvchi, davlat vakolatini olgan tashkilot tuzishgan (masalan, Fransiya – «Turizm va qishloq yerlari assotsiatsiyasi»; Britaniya – «Britaniya turistik kengashi» va «Qishloq yerlarini rivojlantirish agentligi»; Avstriya – «Avstriya fermerlik turizmi assotsiatsiyasi» va boshqalar).

O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishdagi **dastlabki bosqichda** qishloq turizmini tashkil qilish va boshqarishning tashkiliy – iqtisodiy mexanizmlarini ishlab chiqish lozim. **Ikkinchi bosqichda** esa ana shu tashkiliy –

iqtisodiy mexanizmlar asosida qishloq turizmini rivojlantirishning huquqiy – me'yoriy qonunlarini ishlab chiqish maqsadli yo'nalish bo'ladi. **Uchunchi bosqichda** mamlakatimizda turizmni rivojlantirishning huquqiy – me'yoriy qonunlariga asoslanib qishloqlarimizdagi turistik resurslarimizni ro'yhatga olishimiz, ularning ta'rif–tavsiflarini tayyorlashimiz, foydalanish imkoniyatlarini hisoblab chiqishimiz, turistik ob'ektlarda turistik infratuzilmalar va turistik marshrutlar yaratishimiz lozim bo'ladi.

Yevropa davlatlari qishloq turizmni rivojlanishini bashoratlashda va istiqbolli strategik rejalar ishlab chiqishda doimiy ravishda ijtimoiy so'rov o'tkazishadi. Yevropa ittifoqining statistik ma'lumotlari bo'yicha 30 % aholi qishloq turizmida dam olish istagi aniqlandi.

Ijtimoiy – so'rov o'tkazishdan oldin albatta qishloq aholisi o'rtasida qishloq turizmining mohiyati, mazmuni, maqsadi va vazifalari bo'yicha jiddiy tashkiliy ishlarni amalga oshirish talab qilinadi.

15.3. Qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa davlatlarining dasturlari

Qishloq turizmini rivojlantirishda jahonning ko'plab davlatlari Yevropa modelidan , dasturlaridan, strategik rejalaridan nusxa olmoqdalar. Chunki, hozirda qishloq turizmi asosan Yevropa davlatlarida mukammal, barqaror rivojlanmoqda. Bunday yutuqlarning bosh sababi shundaki, Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirishda o'zaro hamkorlikni, hamdo'stlikni yaxshi yo'lga qo'yganlar. Yevropa hamkorligi natijasida 1990-yilda qishloq turizmini rivojlantirish maqsadida «Umumevropa «Lider» dasturini» ishlab chiqdilar.

Dasturning loyihalari «Yevropa Ittifoqi» fondidan loyihalashtiradi. Dastur loyihalari bo'yicha Yevropadagi davlatlarning 2000 ta mintaqasida qishloq turizmi maqsadli strategik reja bo'yicha rivojlanmoqda. Hozirga kelib ma'lumki, Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish va undan daromadlar olish bo'yicha jahondagi mamlakatlar ichida yetakchi o'rinlarni egallab kelmoqdalar.

Yevropa davlatlarining qishloq turizmini rivojlantirish bo'yicha dasturlari

Mahalliy	Qishloq turizmini rivojlantirishga asoslar	Asosiy vazifalar	Asosiy instrumentlar	Moliya-lashtirish manbaalari	Qishloq turizmining ahamiyati
Buyuk Britaniya	1. Kelgusida qishloq xo'jalik yerlarining olib qo'yilishi xavfi; 2. Qishloq joylarida qadim madaniyat yodgorliklarning borligi	1. Fermerlik turizmini rivojlantirish; 2. Qishloq turizmini rivojlantirishda notekislikni yo'qotish	Qishloq turizmini rivojlantirish dasturini kreditlash, dotatsiyalash turistik tashkilotlarning fermer manfaatlarini himoya qilish	Davlat va xususiy investorlar	Agrar ixtisoslashtirishning alternativ yo'nalishi
Fransiya	1. Noqulay va kam mahsuldor yerlarning borligi; 2. Qishloq turizmining bilish, sport va davolanish turizmlari bilan qo'shilish imkoniyatlarning borligi	1. Qishloq turizmini rivojlantirish darajalarida hududiy farqlarni yo'qotish; 2. Gastronomiya va vinochilik turizmlarini rivojlantirish	Shimoliy-g'arbiy departamentlarning turistik mahsulotlarini harakatga keltirish; Fermerlar va ularning loyihalarini yakka tatibda quvvatlash	Davlat va xususiy investorlar	Agrar ixtisoslashtirishning alternativ yo'nalishi
Germaniya	1. Alohida federal viloyatlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish darajasidagi farqlar (yuqori, past, o'rta); 2. Qishloq turizmining bilish, sport va davolanish turizmlari bilan qo'shilish imkoniyatlari borligi	Voqealar, hodisalar, turizmlari bazasida qishloq va fermerlik turizmlarini rivojlantirish	Fermerlar va ularning loyihalarini yakka tartibda quvvatlash; turistik mahsulotlarni past rivojlangan viloyatlarga yo'naltirish.	Fermerlarning o'zi, xususiy investorlar va davlat (kam miqdorda)	Rivojlangan viloyatlarga qo'shimcha ixtisoslik, sobiq GDR ning past rivojlangan viloyatlarida agrar ixtisoslashtirish alternativasi.

Italiya	1. Janubdagi agrar rayonlarning depressiv holati; 2. Qishloq turizmining cho‘milish-plyaj, bilish, sport va davolanish turizmlari bilan qo‘shilish imkoniyatlarining borligi	Fermer va gastronomiya turizmlarini rivojlantirish	Kottejlar qurilishi va qishloq uylarini tiklashni rag‘batlantirish, qishloq turistik mahsulotini janubiy provinsiyalarga yo‘naltirish	Davlat va xususiy investorlar	Agrar ixtisoslashtirishning alternativasi
Ispaniya	1. Janubdagi agrar rayonlarning rivojidagi sustlik; 2. Qishloq turizmining cho‘milash-plyaj, bilish, sport va davolanish turizmlari bilan qo‘shilish imkoniyatlarining borligi	Bolalar lager tarmoqlarini rivojlantirish, qadimiy tosh qal’alar bazasida mehmonxonalar tizimini yaratish, gastronomiya turizmini rivojlantirish	Kottejlar qurilishi va qishloq uylarini tiklashni rag‘batlantirish, qishloq turistik mahsulotini janubiy provinsiyalarga yo‘naltirish	Davlat va xususiy investorlar	Agrar ixtisoslashtirishning alternativasi
Avstriya	1. Qishloq turizmining bilish, sport, davolanish turizmlari bilan qo‘shilish imkoniyatlarini borligi	Fermer turizmini rivojlantirish, turistlar hisobiga fermerlar daromadini oshirish	Qishloq turizmini rivojlantirish bo‘yicha ixtisoslashgan tashkilotlar faoliyatini muvofiqlashtirish, soliqlar qarzdorligini pasaytirish	Fermerlarning o‘zlari – xususiy investorlar	Agrar regionlarni qo‘shimcha yo‘nalishlarga ixtisoslashtirish
Polsha, Ruminiya	1. Agrar rayonlarning depressiv holati; 2. Qishloq joylaridagi boy rekreatsiya va ekologik turizm resurslarining salohiyati	Joylashtirish vositalarini takomillashtirish, qishloq joylarida infratuzilmalarni rivojlantirish, dehqonning tadbirkorlik madaniyatini oshirish, qishloq turistik mahsulotini harakatlantirish	Qishloq turizmini rivojlantiruvchi dehqon xo‘jaligini kreditlash, dehqonlarni Yevropa standartlari bo‘yicha xizmat ko‘rsatishga o‘qitish, qishloq joylarida transport tarmoqlarini yaxshilash	Davlat (asosiy mablag‘lar)	Agrar ixtisoslashtirishning alternativasi

Jadvaldagi ma'lumotlardan Yevropa mamlakatlarida qishloq turizmining nihoyatda rivojlanib borayotganligini ko'ramiz. Bu holatning asosiy sabablari quyidagilardan iborat:

1. Yevropa davlatlari o'zaro hamkorlikda har bir mamlakatda qishloq turizmini rivojlantirishning strategik rejalarini ishlab chiqadilar va amalga oshiradilar;

2. Yevropa davlatlarida qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa Ittifoqining «Umumevropa «Lider» dasturi» muhim rol o'ynaydi va bu dastur loyihalarini «Yevropa ittifoqi» moliyalashtiradi;

3. Qishloq turizmini rivojlantirishda asosan noqulay yerlarni o'zlashtirish, iqtisodiy holati qoniqarsiz rivojlanayotgan rayonlar e'tiborga olinadi;

4. Qishloq turizmini rivojlantirishda chegaradosh davlatlar o'xshash dasturlarni qabul qiladi;

5. Qishloq turizmini rivojlantirishga davlat kreditlar va dotatsiyalar ajratadi, xususiyl investorlar yordam beradi;

6. Qishloq turizmini rivojlantirishda qishloqlardagi barcha imkoniyatlardan foydalaniladi;

7. Qishloq turizmini rivojlantirishda qishloqliklar Yevropa standartlari asosida xizmatlar ko'rsatishga davlat tomonidan o'qitiladi;

8. Qishloq turizmini rivojlantirishda qishloq infratuzilmalarini yaratish, transport yo'llarini yaxshilash, joylashtirish vositalarini yaratish ishlariga davlat mablag'lar ajratadi.

16- mavzu. TURIZM XIZMATLARIDA MENEJMENT TIZIMINING SAMARADORLIGI

Reja:

16.1. O‘zbekistonda turizm majmuasini boshqarishning tashkiliy tuzilmasi

16.2. Turizm menejmentining samaradorligi

16.1. O‘zbekistonda turizm majmuasini boshqarishning tashkiliy tuzilmasi

Hozirgi vaqtda O‘zbekiston Respublikasi Butunjahon turizm tashkiloti tomonidan belgilagan me‘yoriy qonunlar asosida o‘zining turizm menejmentini tashkil qilmoqda. Bu o‘rinda xalqaro turizm menejmenti tarkibini keltirish lozim bo‘ladi. Nufuzli boshqaruvga ega bo‘lgan xalqaro turizm tashkilotlari quyidagilardan iborat:

1. Butunjahon turizm tashkiloti (World Tourism Organization, WTO) – 1975 yilda tuzilgan. Bu tashkilot xalqaro turizm menejmentida BMT tizimidagi eng obro‘li tashkilot hisoblanadi.

2. Butunjahon turistik agentliklarning federatsiyasi – 1963-yilda tuzilgan.

3. Fuqarolarning butunjahon aviatsiyasi tashkiloti –1944-yilda tashkil qilingan. 180 ta davlat a‘zo. Butunjahon havo transporti assotsiatsiyasi –1944- yilda tuzilgan.

4. Butunjahon kasbiy ishchanlik turizmi assotsiatsiyasi - 1974- yilda tashkil qilingan.

5. Koorparativ sayohatlarni tashkil qilish bo‘yicha mutaxassislar assotsiatsiyasi. Bu tashkilotda 29 ta davlatdan 2400 mutaxassis ishlaydi.

6. Butunjahon turistik assotsiatsiyalar ligasi – 1998- yilda tuzilgan.

7. Butunjahon mehmonxonalar assotsiatsiyasi – 1946- yilda tuzilgan.

8. Butunjahon kemping federatsiyasi – 1932- yilda tuzilgan.

10. Turizm bo'yicha butunjahon ilmiy ekspertlar assotsiatsiyasi – 1951-yilda tuzilgan.

11. Butunjahon ijtimoiy turizm byurosi – 1963- yilda tuzilgan.

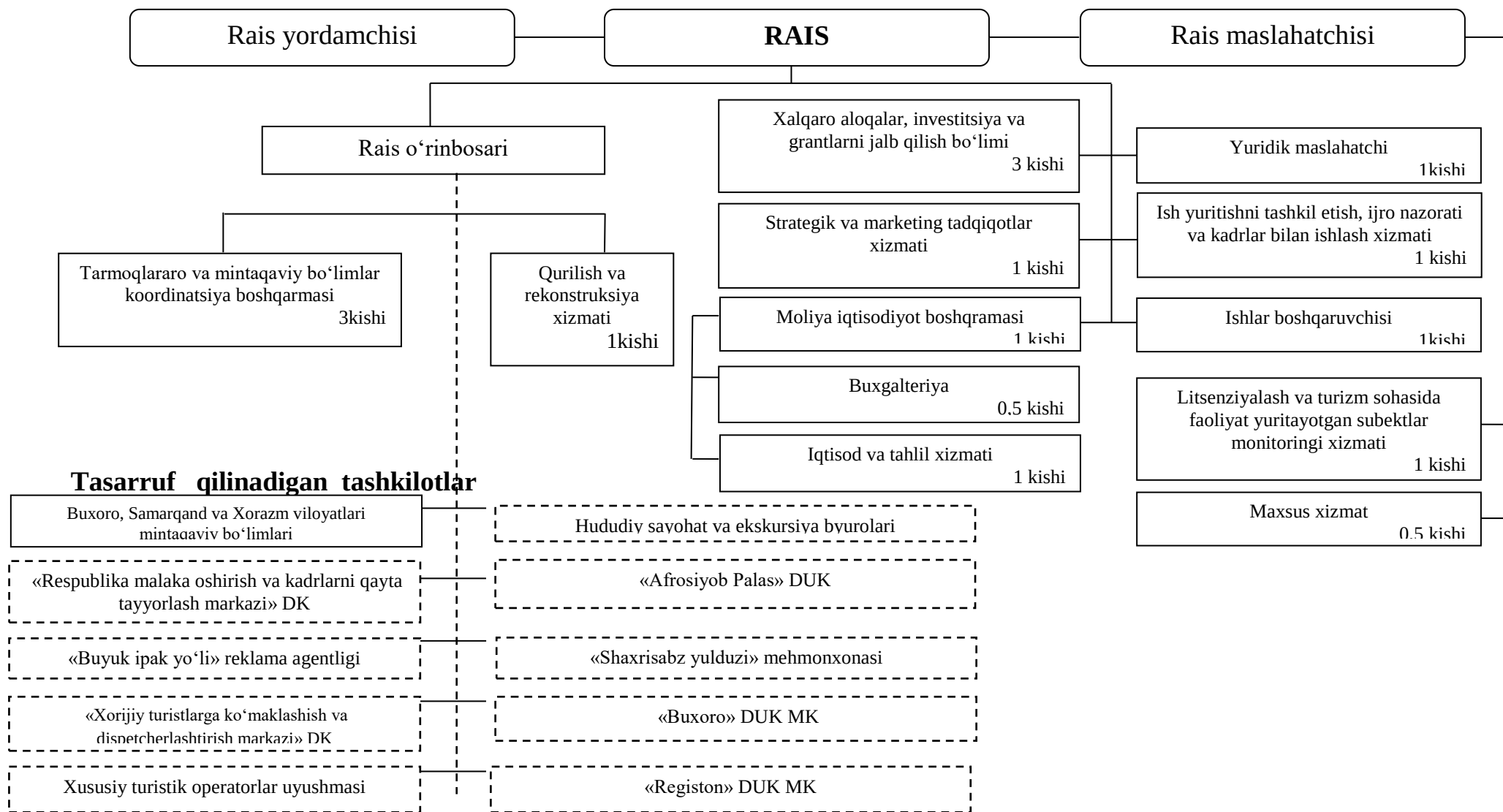
Mamlakatimizda turistik faoliyatni davlat tomonidan boshqarishda turli tamoyillarga amal qilinadi. Davlat turistik faoliyatni O'zbekiston iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri sifatida e'tirof etib, turistik faoliyatni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlaydi va uni amalda bajarish uchun qulay sharoitlar yaratadi; ahamiyatli yo'nalishlarni aniqlab, ularni rag'batlantiradi; xorijda O'zbekistonning turizm uchun qulay mamlakat sifatidagi nufuzini shakllantiradi hamda uni xalqaro maydonda reklama qiladi; shuningdek, o'zbek turistlari, turoperatorlari va turagentlarining faoliyatini qo'llab-quvvatlaydi.

Turizm majmuasining boshqaruv tizimini tashkil etishning mikroiqtisodiyot darajasida ish yuritayotgan turli mulk shakliga ega bo'lgan tashkilotlar, korxonalar va «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining viloyatlardagi mintaqaviy bo'limlari va byurolari faoliyat yuritmoqda. O'zbekistonda 550 ta sayyohlik kompaniyasi-turoperatorlari faoliyat yuritmoqda. Bugungi kunda turizm sohasida 200 mingdan ortiq kishi mehnat qilmoqda²². Demak, o'rtacha olganda har bir turistik firmada 3,6 kishi mehnat qilmoqda.

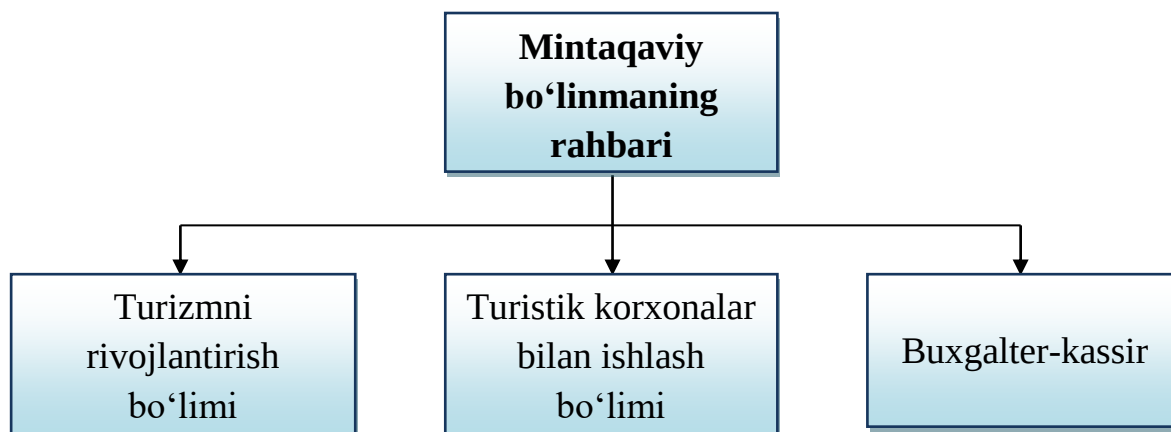
Hozirgi paytda O'zbekistonda shakllangan turizm tizimi yuz berayotgan davlat mulki shakllari ustunligiga asoslanuvchi yuqori darajada markazlashgan ma'muriy tizimdan mulkning turli shakllarini biriktiruvchi xo'jalik mexanizmiga o'tish jarayonini aks ettiradi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida markazlashmagan turistik faoliyatni amalga oshirish huquqini mulkchilik shaklidan qat'i nazar, korxonalarga berishni taqozo qiladi. Ushbu jarayon «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi va uning viloyat mintaqaviy bo'linma hamda hududiy sayohat va ekskursiya byurolari tomonidan amalga oshirilmoqda.

²² Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ислом Каримовнинг БМТ Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгаши 99-сессиясининг очилиш маросимидаги нутқи. // Моҳият.2014, 3 октябрь № 40.

«O‘ZBEKTURIZM» MILLIY KOMPANIYASI MARKAZIY APPARATINING TARKIBI



«O‘zbekturizm» MKning 08.04.2013- y., 27-sonli buyrug‘iga asosan markaziy apparat tarkibi 30 kishi, jumladan boshqaruv xodimlari 14 kishi qilib tasdiqlandi.



16.2-rasm. Turizm bo'yicha mintaqaviy bo'linmalarning namunaviy tarkibi

«O'zbekturizm» Milliy kompaniyasining hududiy sayohat va ekskursiya byurolari ro'yxati:

- Andijon viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Jizzax viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Qashqadaryo viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Qoraqalpog'iston Respubliki sayohat va ekskursiya byurosi
- Navoiy viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Namangan viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Surxandaryo viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Farg'ona viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi

16.2. Turizm menejmentining samaradorligi

Turizm menejmentining samaradorligi haqida mulohaza qilganimizda turizmning ijtimoiy-iqtisodiy hodisa, jarayon ekanligi nuqtai-nazaridan fikr yuritishimiz lozim bo'ladi. Turizm oqibatlarini, natijalarini dastlab yakka shaxs, so'ngra jamiyat his qiladi. Turizmning jamiyatga ta'sir doirasining oshib borishi bu sohaning asoslari bo'lgan turistik firmalar va turistik tashkilotlardagi menejment faoliyatining samaradorligini oshirishni talab qiladi.

Turizmda menejmentning samaradorligi turistik mahsulotni ko‘p ishlab chiqarish bilan belgilanmaydi, balki turistik mahsulotning iste‘molchi talablarini qay darajada qondirilganligi bilan belgilanadi. Mamlakat iqtisodiyotiga turizmning to‘liq ta‘siri va mamlakat iqtisodiyotining turizmga o‘zaro ta‘sirini tushunishda biri-biriga bog‘langan quyidagi to‘rtta masalani yechishga to‘g‘ri keladi.

1. Turizmning mamlakat yalpi daromadiga qo‘shadigan hissasini aniqlash;
2. Turizm faoliyatidan kelib chiqadigan yangi iqtisodiy yo‘nalishlarni aniqlash;
3. Milliy iqtisodiyotda turizm hissasini ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlari bo‘yicha aniqlash;
4. Turizmning milliy iqtisodiyotga qo‘shadigan «hissasi»ni rivojlantirish chora-tadbirlarini ishlab chiqish.

Turistik firmaning menejeri firma faoliyatini boshqarishda bosh ma’sul hisoblanadi. Lekin barcha turistik firmalarning menejeri bir xil vazifani bajarmaydi, balki turistik firmaning faoliyat ko‘rsatish yo‘nalishlari turli-tuman bo‘lganligidan menejerlar faoliyati ham xilma-xildir.

Birinchidan, turistik firmada boshqaruv haqidagi qarorlarni va bu qarorlarning bajarilishini menejer boshqaradi. Firmaning to‘g‘ri faoliyat yuritishga ham asosiy javobgar rahbarlardan biri menejer hisoblanadi.

Ikkinchidan, menejerning axborotlar bo‘yicha turistik firmani boshqarishi ham o‘ta ma’sul, zamonaviy talabdir. Boshqaruvda menejer eng ishonchli axborotlarni to‘plab tahlil qiladi. Menejer axborotlarni qanchalik puxta tanlasa va tegishli, to‘g‘ri qaror qabul qilsa ijroni bajaruvchilar ham firma ishlab chiqarishida aniq, belgilangan yutuqlarni erishadilar.

Uchinchidan, menejer turistik firmaning rahbari sifatida ish ko‘rib, firmaning ichki va tashqi muhitini ijobiy holatda belgilaydi. Menejer bu tashkilotda alohida mavqe’ga ega bo‘lgan ishonchli shaxs. U o‘zining orqasidan odamlarni ergashtiradi, odamlar ham uning ish uslubiga, g‘oyasiga ishongani uchun unga ergashadilar.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida zamonaviy turizmدا turistik firmaning zamonaviy menejeridan quyidagilar talab qilinadi:

- o‘z-o‘zini boshqarish qobiliyatiga ega bo‘lishi;
- aql-farosat hislatlariga ega bo‘lishi;
- aniq shaxsiy maqsadlari bo‘lishi;
- o‘z-o‘zini har xil jihatlarida o‘stirib, kamol toptirib borishi;
- muammolarni yechish ko‘nikmalarining bo‘lishi;
- innovatsiyalarni to‘g‘ri qabul qilishi;
- atrofdagilarga ta’sir qila bilishi;
- zamonaviy boshqaruvga yondasha bilishi;
- tashkilotchilik qobiliyatiga ega bo‘lishi;
- ishlovchilarini o‘qita bilishi;
- mehnat jamoasini shakllantirish va rivojlantirish qobiliyatiga ega.

17- mavzu. TURIZM XIZMATLARIDA MARKETING TADQIQOTLARINI AMALGA OSHIRISH JARAYONLARI

Reja:

17.1. Turizm xizmatlarida marketing faoliyatining mazmuni

17.2. Turizm marketing tadqiqotlarini amalga oshirish

17.1. Turizm xizmatlarida marketing faoliyatining mazmuni

Hozirgi paytda turizm oqimi turizm sohasi rivojlangan mamlakatlardan rivojlanayotgan mamlakatlarga tomon o'zgarmoqda. Bu o'zgarishlar o'z navbatida turizm xizmatlar bozoriga ham bog'liq bo'ladi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda turizm xizmatlar bozori qanchalik kengaysa va bozorda turistik mahsulotlar qanchalik ko'paysa, ushbu bozorda turizm mahsulotlarini oluvchilar soni ham ko'payadi. Turistik bozorda turistik mahsulotlarning ko'payishi o'sha bozor joylashgan mamlakatlarda turizm sohasining rivojlanganligini ko'rsatadi. Marketingning birinchi ma'nosi – «bozor»; ikkinchi ma'nosi – «bozorda sotish yoki sotib olish»; uchinchi ma'nosi – bozorbop, bozorgir, haridorbop so'zlarida ifodalanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida marketing faoliyati mahsulotlar va xizmatlarga bo'lgan, talab va takliflarning biri-biriga to'g'ri kelishi uchun erkin va raqobatli almashuvdan iborat bo'ladi. Marketingning mazmuni hozirgi vaqtda turizm marketingining ta'rifi ko'proq quyidagi olimlarning xulosalari bo'yicha berilmoqda. **Kvartalnov V.A.**²³ – «Marketing bu-mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqaruvchining – iste'molchiga harakatlanishi faoliyatidir. Turizm tovar va xizmatlarning ishlab chiqaruvchidan – iste'molchiga oqimi jarayonlari har xil talqinda berilmoqda. Turizm marketingi turistik mahsulotni sotish va reklama qilish faoliyatigina emas. Bu turizm marketingining bir tomonigina xolos. Marketing turizm tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish va bu tovar va xizmatlarni bozorga chiqarishini ta'minlash, sotish tizimini – maqsadli, strategik boshqarish

²³ Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Учебник 2-е изд., стер. М.: Советский спорт, 2004.

faoliyatidir». **Durovich A.**²⁴– «Marketing – bu zamonaviy biznesni boshqarishning bozor tizimini o‘zida mujassamlashtirgan iste’molning hamma tomonlarini, talablarini diqqat bilan tizimli o‘rganish natijasida o‘sha iste’molchiga moslashgan ishlab chiqaruvni tashkil qilish va iste’molchilar, haridorlarni jalb qiladigan tovar va xizmatlarni bozorga chiqarish tizimidir». **Ahmadxo‘jayev H. va boshqalar**²⁵– «Marketing falsafasi quyidagicha – korxona sotilishi mo‘ljaldagi darajada foyda miqdorlari oldindan ta’minlangan mahsulotni ishlab chiqarishi lozim». Marketing faoliyati ishlab chiqarishni oldindan belgilangan hajmlarda va muayyan texnik – iqtisodiy taklifnomalarga javob beradigan, ya’ni sotilishini, firmaning eng yuqori foyda olishini, yoki bozorda mustahkam mavqe egallashni ta’minlay oladigan, raqobatbardoshli mahsulotni, bozor talabini o‘rganish va uni hisobga olish orqali mavjud ehtiyojni ko‘paytirib, uni to‘la ta’minlashga qaratilgan». **Kotler F.**²⁶– «Marketing bu – ayirboshlash asosida talab va ehtiyojni qondiradigan kishilik faoliyatining turi. Marketing – tadbirkorlik faoliyatining falsafasi va instrumenti». **Tuxliyev I.S.**– «Turizm marketingi, milliy turizm tashkilotlari yoki turizm muassasalarining, milliy va xalqaro tarkibda turistlarning talab va ehtiyojlarini qondiradigan tizimli harakatlardan tashkil topadi. Turizm marketingi, turistik ehtiyojlarni qondiradigan mahsulot va xizmatlarning turistga taqdim etilishi va sotilishi bilan bog‘liq harakatlardir». Turizm marketingi sohasida tan olingan yuqoridagi olimlar, mutaxassislarning turizm marketingidagi ta’rifi mazmuni deyarli bir xil – turistlarning talab va ehtiyojlarini qondiradigan tovarlar va xizmatlarni bozorga chiqarishdan iborat.

Turistik firmalar faoliyatida marketing yondoshuvlarini qo‘llashning zarurligini tushuntirish uchun marketing rivojlanishi bosqichlarining qisqacha tarixiga to‘xtalish kerak. Turizmdagi taniqli mutaxassislar marketingdan 1950 yillarda Yevropada foydalana boshladilar. Bu yo‘nalishlarda birinchilardan bo‘lib

²⁴ Дурович А. Маркетинговые исследования в туризме. Питер, 2008.

²⁵ Аҳмадхўжаев Ҳ. ва бошқалар. Маркетинг тадқиқотлари. Т.: 2002.

²⁶ Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент. Питер, 2002.

aviakompaniyalar o'z mijozlari va raqobatchilari haqidagi marketing axborotlarini tahlil qilib, o'zlarining kompaniyalaridagi samolyotlarning uchish vaqti va salonlardagi qulayliklarni raqobatchilariga nisbatan yaxshilab borishdi.

Turizm sohasida marketing strategiyasidan foydalanish quyidagi usullarda amalga oshiriladi:

Strategik marketing – bu iste'molchilar (ya'ni turistlarni) ehtiyojlarini va talablarining tizimli, doimiy tahlili bo'lib hisoblanadi hamda turfirmalarga barqaror raqobat holatini ta'minlovchi samarali mahsulot va xizmatlar konsepsiyasini ishlab chiqishdan iborat.

Operatsion (jarayonli) marketing – ancha soddalashtirilgan holat bo'lib, sotishni tashkil etishga yo'naltirilgan va salohiyatli iste'molchilarga ma'lumot berish uchun kommunikatsiya siyosati hamda harajatlarni pasaytirishda, haridorlarni qidirishda tovar sifatini o'ziga xos xususiyatda, usullarda namoyish qilish hisoblanadi. Marketingda ikkala yondashuv ham biri-birini to'ldiradi va firmaning yagona marketing siyosatini belgilaydi.

Taktik marketing – usullaridan foydalanish turfirmada tovar va xizmatlarni realizatsiya qilishga imkoniyat tug'dirsa shu bilan birga uning faoliyatida qisqa muddatli tijorat rentabelligini ham ta'minlaydi²⁷.

Xalqaro turistik marketing strategiyasi global xususiyatlarga ega bo'lib, alohida davlatlar chegarasidan ham o'tib ketadi. Turizm bugun mintaqaviy va milliy chegara bilmaydigan xalqaro ijtimoiy-iqtisodiy hodisa bo'lib hisoblanadi. Turizmda mahsulotlar, investitsiyalar, ishchi kuchi bozorlaridan tashqari yana bir muhim bozor – xizmatlar bozori ham bor. Xizmatlar ko'rsatish sohasi iqtisodiyot sohasining eng istiqbolli va tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan hisoblanadi.

Dunyoda iqtisodiyoti yuqori rivojlangan mamlakatlarda xizmat ko'rsatish sohasiga yalpi milliy mahsulotning 3/2 qismi va tashkil etilgan yangi ishchi o'rinlarining asosiy qismi to'g'ri kelmoqda. Shuningdek, barcha xizmatlar

²⁷ Кудратов Ф.Х., Тухлиев И.С. «Туризм икисодиёти». Қўлланма. С.: СамИСИ. 2007.

ko'rsatish sohasidagi band mehnat resurslarining G'arbiy Yevropada 66 % ni (jami bandlardan), AQShda esa 73 % ni tashkil qiladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012-yil 10-maydagi PQ-1754 – sonli « 2012–2016- yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida»gi qarori xizmat ko'rsatish va servis sohasida katta tarixiy voqea bo'lib hisoblanadi. Ushbu qaror asosida respublikamizning barcha xizmat ko'rsatish sohalarida 2012–2016- yillarga mo'ljallangan xizmat ko'rsatish va servisni rivojlantirish dasturlari ishlab chiqilmoqda. 2006–2011-yillarda xizmat ko'rsatish sohasini jadal rivojlashtirish hisobidan eng avvalo kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida 1,1 mln yangi ishchi o'rinlari yaratildi.²⁸ Bu qaror asosida «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi turizmda xizmatlar ko'rsatish bozorini tashkil qilish bo'yicha keng qamrovli tadbirlarni ishlab chiqmoqda.

17.2. Turizm marketing tadqiqotlarini amalga oshirish

Turizm sohasidagi sharoit o'zgarishi bilan faoliyatlar ham o'zgarib turadi. Sharoitning o'zgarishi esa sohada davlat siyosatining o'zgarishi, zamonaviy ilg'or tajriba va takliflarning kirib kelishi bilan bog'liq bo'ladi. Ikkinchidan, ma'lum bir davlatda yangi turistik ob'ektlarning ochilishi va barpo qilinishi, turizmga milliylik an'alarining ta'siri ham sohada tovarlar ishlab chiqish va xizmatlar ko'rsatish sharoitlarini o'zgartirishni talab qiladi. Bunday sharoitlarda turistik tashkilotlar to'xtovsiz, doimiy ravishda marketing tadqiqotlarini o'tkazib turishlari shart bo'ladi. Aks holda turistik tashkilot bozorda o'z mavqeini pasaytirib yuborishi mumkin.

Marketing tadqiqotlari tushunchasi nima va bu tadqiqotlar qanday amalga oshiriladi. Ilmiy va amaliyotga bag'ishlangan adabiyotlarda marketing tadqiqotlarining ma'nosi, ta'rifi turlicha talqin qilinadi. Eslatib o'tish lozimki,

²⁸ 2012-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатишни ривожлантириш дастури тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 майдаги ПҚ-1754-сонли Қарори.

marketingning hozirgi paytda 2000 dan ziyod ta'rifi bor. Lekin qayd qilish lozimki, keyingi 10 yillardagi yaratilgan ilmiy adabiyotlarda marketing tadqiqotlarining eng muhim yo'nalishlarida umumiylikga e'tibor berila boshlandi. Hozirgi vaqtda marketing tadqiqotlari ta'rifi chet el ilmiy adabiyotlarida ham Rossiyalik mutaxassislar ilmiy adabiyotida ham bir xil ta'rifda berilmoqda.

Marketing ***tadqiqotlarining ob'ekti*** – iste'molchilar, iste'molchilar xohlaydigan tovar-xizmatlar xususiyati, raqobatli tovarlar, tovarlarning turlari, servis xizmatlari darajasi, tovarlarni o'rash va iste'molchilarning istiqboldagi talablari hisoblanadi.

Marketing ***tadqiqotlarining predmeti*** – quyidagilar hisoblanadi:

- munosabatlar (iqtisodiy, ijtimoiy, shaxsiy);
- marketing instrumentlarini qo'llash natijalari (xabardor qilish, sotib olish, iste'molchilarning ehtirosli ta'sirchanligi, raqobatchilarning qarshi tadbirlari);
- tarkiblar – bozor, talab, taklif, marketing;
- tavsiflar – turistik mahsulot, iste'molchilarning marketing instrumentlari;
- marketing tadbirlarining samaradorligi.

Marketing ***tadqiqotlarining maqsadi***–mahsulotning sifati va ko'rsatkichlarning texnik iqtisodiy parametrlarga mos kelishi, iste'molchilarning talablariga mos kelishi, tovar va xizmatlarning raqobatbardoshligini o'rganish hisoblanadi. Tovarlarni tadqiq qilish natijasida iste'molchilarning mahsulotlar parametrlari (dizayn, mustahkamlik, ishonchlilik, servis va h.k.) bilan yaqindan tanishish, tanlashini va saralashini ta'minlashdan iborat.

Bozor qonuniyatlari bo'yicha bozordagi tovarlarni haridor tanlashni, saralashni boshladimi, u albatda harid qiladi. Bu holatda ko'proq tanlangan tovarlarning reklamasini ishlab chiqarish zarurati, imkoniyatlari yuzaga keladi. Turizmda marketing tadqiqotlarining maqsadini umumiy fikrlarni jamlab quyidagicha belgilash mumkin:

1. Katta va kichik muammolarni aniqlash.
2. Korxonaning maqsadli bozorlar bilan aloqalarini quvvatlash.

3. Harajatlarni pasaytirish.
4. Yangi daromad manbalarini ishlab chiqish.
5. Tovar va xizmatlarni sotishning eng qulay usullari va amaliyotini ishlab chiqish.
6. Haridorlar tomonidan qulay, xushmuomila munosabatlarni yaratish.

Marketing ***tadqiqotlarining asosiy vazifasi*** – bozorda raqobatchilar faoliyati va ulardan o‘tib ketishni ta’minlash asoslarini yaratishdir. Bu vazifalarni amalga oshirish uchun hatto raqobatchilar bilan hamkorlik qilish, kooperatsiyalarga qo‘shilish ham mumkin. Bu maqsadlarga, yechimlarga kelish uchun raqobatchilarning kuchli va kuchsiz tomonlari o‘rganiladi. Ularning bozordagi o‘rni, iste’molchilarning raqobatchilar faoliyatiga, tovarlariga munosabati, raqobatchilarning moliyaviy imkoniyatlari, ularning boshqaruv usullari tahlil qilinadi. Raqobatchilar, «faoliyati» to‘liq o‘rganib chiqilgandan keyin bozorda «liderlik» qilish tadbirlarini ishlab chiqishga o‘tish yoki boshlash mumkin bo‘ladi. Marketing tadqiqotlarining aniq natijalari turistik tashkilotning strategiyasi va taktikasini belgilashga va uni amalga oshirishga xizmat qiladi.

Marketing tadqiqotlarining yo‘nalishlari turlicha bo‘lib, bu yo‘nalishlarning barchasi ham o‘ziga xos, kerakli natijalarni berishi isbotlangan. Biz turistik tashkilotlarda o‘tkaziladigan marketing tadqiqotlari shakllarining muhimlariga to‘xtalamiz.

Bozorni tadqiq qilish – marketing tadqiqotlaridagi eng ommaviylashgan yo‘nalish hisoblanadi. Bu tadqiqotlar turistik tashkilotning bozordagi faoliyatini belgilab beradi. Mutaxassislarning ta’kidlashicha bozorni tadqiq qilmasdan bozorda muvaffaqiyatlarga erishib bo‘lmaydi. Bozorni tadqiq qilishdan olingan natijalar bo‘yichagina turistik tashkilotning bozor haqidagi mukammal qarorlarini qabul qilishi mumkin.

Iste’molchilarni tadqiq qilish – tovarlarni tanlash jarayonida iste’molchilarning iqtisodiy-ijtimoiy holati (daromadlari, ijtimoiy holati, jinsiy tarkibi, yoshi, ma’lumoti va h.k.) tadqiq qilinadi. Ob’ekt sifatida yakka iste’molchi,

oila, uy xo'jaligi, iste'molchi tashkilotlar mo'ljalga olinadi. Tadqiqot predmeti bo'lib iste'mol qilish xulqi, bozorda iste'molchining harakatlari, tavsifi va boshqa omillar kuzatuvga olinishi mumkin. Bu tadqiqotlarda iste'mol tarkibi, tovarlar bilan ta'minlanganlik, talab an'analari, iste'molchilarning talablari qondirilishi darajalari o'rganiladi. Natijada iste'molchining tovarlarni keng assortimentda saylab olishi ishlab chiqiladi.

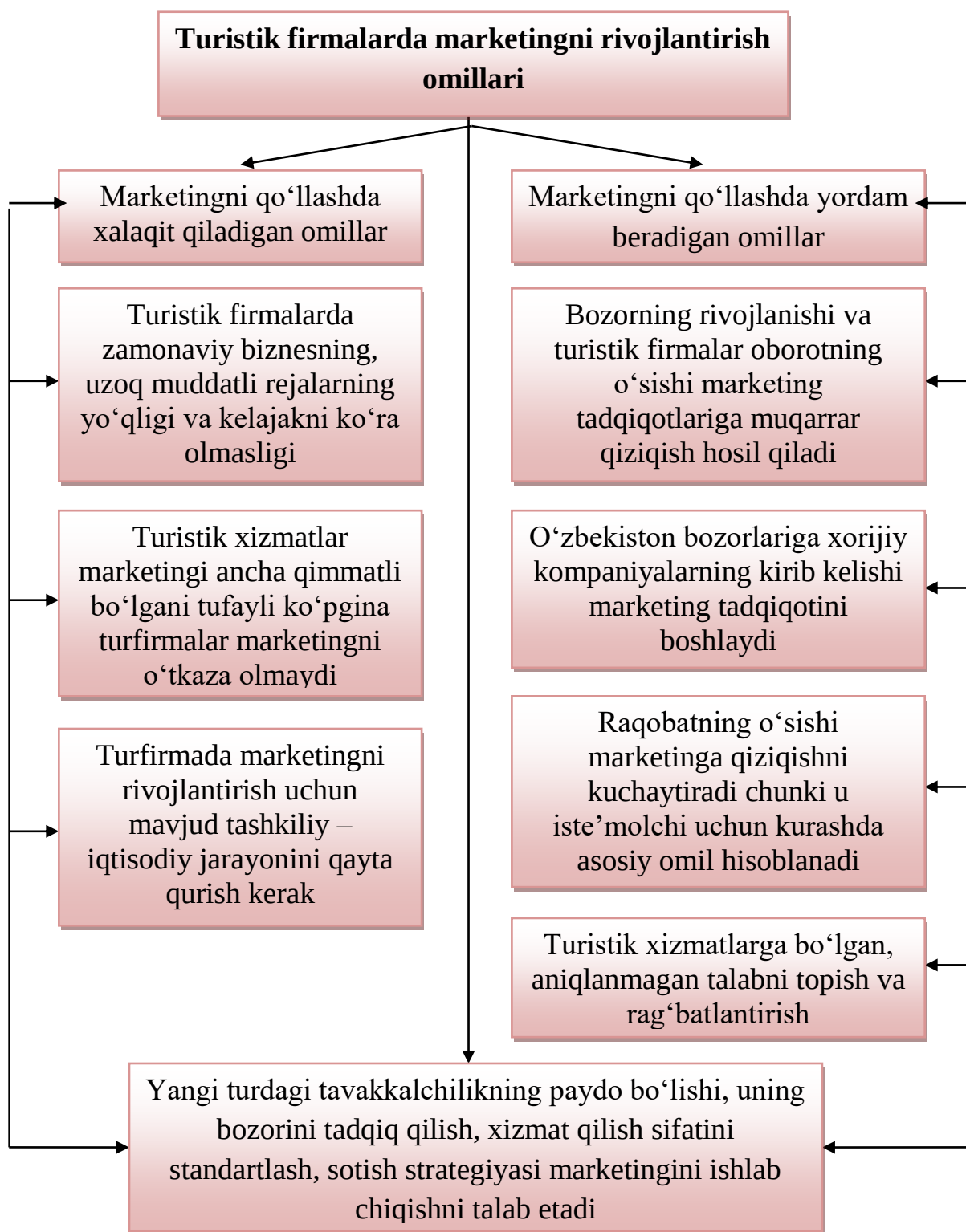
Raqobatchilarni tadqiq qilish – marketing tadqiqotlarida eng muhim yo'nalish hisoblanadi. Bu yo'nalish shu darajada istiqbolli hisoblanadiki, raqobat natijasida turizmni rivojlantirishda turistik tashkilotlar xalqaro raqobatchilarga aylanmoqdalar. Raqobatchilarni tadqiq qilishda raqobatchi tashkilotning faoliyati, ishlab chiqarish hajmi, bozordagi o'rni, iste'molchilari, sotish, baho, raqobatchilarning moliyaviy ahvoli, faoliyatidagi strategiyasi va taktikasi va h.k.lar doimo diqqat e'tiborda turadi. Bu yo'nalishda boy berish liderlikni boy berish, deb tushuniladi.

Tovarlarni tadqiq qilish – tovarlarni tadqiq qilishda eng muhimi, iste'molchi nimani olishni xohlaydi, tovarlarning qandaylari iste'molchi talabini qondiradi va h.k. savollarga javob topish kerak bo'ladi. Tadqiqotlar ob'ekti firma ishlab chiqargan tovarlarga o'xshashlari (analoglari) hisoblanadi. Bu tovarlarni solishtirish, taqqoslash natijasida kamchiliklar aniqlanadi va tuzatiladi.

Baholarni tadqiq qilish – kam harajat qilib ko'p daromad olish tamoyiliga asoslanadi. Bu yo'nalishdagi tadqiqotlarning ob'ekti harajatlar hisoblanadi. Tadqiqotlarda iste'molchilarning baholarga munosabati, o'xshash tovarlarning baholari, baholar o'zgarishga iste'molchilarning munosabatlari, harajat-baho, baho-daromad qonuniyatlari to'liq o'rganilib tahlil qilinadi, kelgusi tadbirlar belgilanadi.

Sotish va reklamani me'yorlashtirishni tadqiq qilish – marketing tadqiqotlaridagi eng muhim strategik yo'nalish hisoblanadi. Bu tadqiqotlar tovarlarni bozorda realizatsiya qilish, tovar ishlab chiqaruvchilarning obro'sini ko'tarish, reklamani ta'sir kuchi qanday, iste'molchilarning reklamalarga

munosabatlari, reklamalar iste'molchi asabiga tegmayaptimi, xullas biz ikir-chikir deyiladigan barcha ko'rsatkichlar o'rganiladi.



17.1-rasm. Turistik firmalarda marketingni rivojlantirish omillari

18- mavzu. O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASINING TURIZM SOHASIDAGI DAVLAT SIYOSATI

Reja:

18.1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati

18.2. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi

18.3. Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari

18.4. O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasiga oid farmon va qarorlarning xronologiyasi

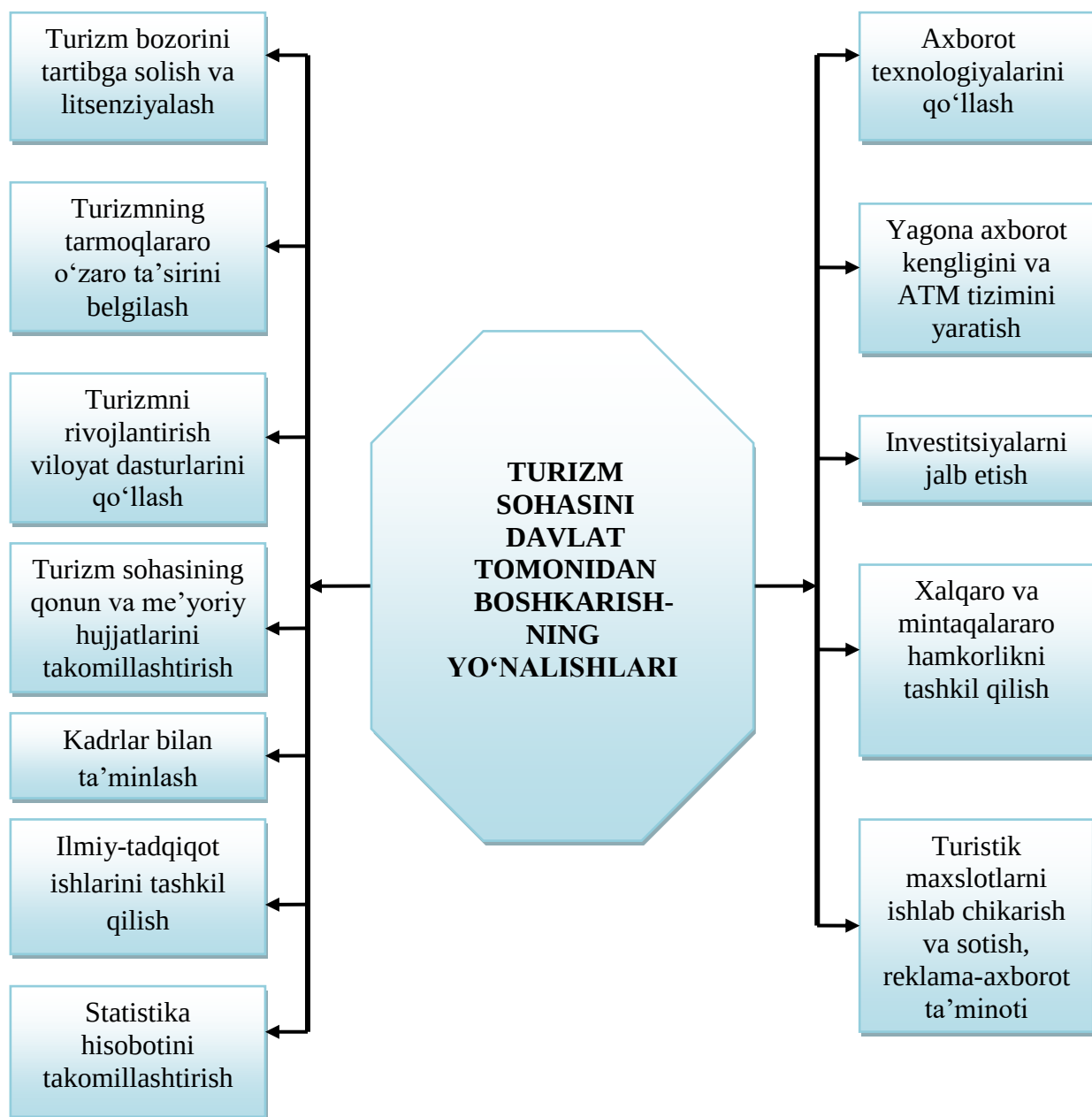
18.1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati

Mamlakatimizda turizm faoliyatiga mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq, asosiy davlat siyosati darajasida qaraldi. Soha rivoji uchun barcha zarur tashkiliy – huquqiy mexanizm vujudga keltirilib, muhim me’yoriy hujjatlar qabul qilindi va bu ish hozirda ham davom etmokda. Mamlakatimizda turizmning ravnaqi, uni yangi pog‘onalarga ko‘tarish, yurtimizni jahon turizm markazlaridan biriga aylantirish uchun avvalo huquqiy zamin yaratish lozim edi. Shu tufayli O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining mazkur yo‘nalishga taa’luqli qonun va kodekslari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining turizmga oid qator Farmonlari, Respublika Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Adliya Vazirligining va boshqa mutasaddi davlat idoralarining yo‘riqnoma, ko‘rsatma va tartiblari ishlab chiqilib, hayotga tadbiq etilmoqda. Davlatning turizm sohasidagi siyosati davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosat ko‘rinishlaridan biri hisoblanadi.

Davlatning turizm sohasidagi siyosati – bu turizm industriyasini va turizm bozori sub’ektlarini (turoperatorlar va turagentlar) rivojlantirish, fuqarolarga turizm xizmat ko‘rsatish shakllarini takomillashtirish hamda shu asosda siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy salohiyatini mustahkamlash bo‘yicha davlat faoliyatidan iborat.

Turizm siyosati O'zbekiston Respublikasining barcha hududida amalga oshiriladi, avvalambor mintaqa alohida sub'ektlar darajasida, undagi mavjud bo'lgan turizm bilan mintaqa iqtisodiyoti o'rtasidagi ziddiyatlarni bartaraf etish maqsadida amalga oshiriladi. Davlatning turizm siyosati xalq xo'jalik majmuasini rivojlantirish va aniq maqsadlarga erishish uchun turizm sohasi faoliyatiga davlat ta'sirining shakllari, usullari va ta'sir qilish yo'nalishlarining yig'indisidan iborat.

Turizmni rivojlantirishda boshqarish strategik tizimi samaradorligini oshirishga muayyan choralar majmuasining ishlatilishini qo'llash orqali erishish mumkin. Hozirgi paytda respublikada 20 dan ortiq mahalliy va respublika darajasida turizmni rivojlantirish dasturlari amalga oshirilmoqda va yirik loyihalar yaratilmoqda.



18.1-rasm. Turizm sohasini davlat tomonidan boshqarishning yo'nalishlari

18.2. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi

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

- turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasini ishlab chiqish;

- mintaqa darajasida va respublika darajasida turizmni rivojlantirish bo'yicha maqsadli dasturlarni ishlab chiqish;
- qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun aniq chora-tadbirlarni ishlab chiqish;
- turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish.

Turizm siyosatining asosiy yo'nalishlari sayohatchilar xuquqlarini himoya qilish, mahalliy turizm mahsulotini ishlab chiqaruvchilarni hamda ichki va kiruvchi turizmni har tamonlama qo'llab-quvvatlash bo'lib hisoblanadi. Bunday qo'llab-quvvatlash shakllari turizm infratuzilmasini shakllantirish, yo'naltiriladigan investitsiyalar, kadrlarni tayyorlashga sarflanadigan harajatlarni, investitsiyalar oqimini rag'batlantiruvchi, jahon bozorida milliy turizm mahsulotini siljituvchi, ilmiy va reklama-axborot ta'minoti ko'rinishidan to soliq va bojxona imtiyozlarigacha, ichki va kiruvchi turizmni rivojlantirishga ketgan harajatlarga bog'liq ravishda o'zgarib turadi.

Davlatning turizm siyosati strategiya va taktikaga asoslanadi. Strategiya deganda qo'yilgan maqsadga erishish uchun vositalardan foydalanish usuli va umumiy yo'nalishlar tushuniladi. U qabul qilingan strategiyani inkor qilmaydigan, qolgan barcha variantlarni chetga surib, oldinga qo'yilgan vazifani yechish yo'lidagi xatti-harakatlarni bir joyga to'plashga imkon beradi.

Turizm strategiyasi turizmni rivojlantirish va qayta tashkillashtirish sohasidagi davlat faoliyatini belgilaydi. Bu faoliyat avvalo amalga oshirish uchun vaqt va kattagina moliyaviy resurslarni talab etuvchi maqsadli dasturlar va rivojlanishning umumiy konsepsiyasini ishlab chiqishga qaratilgan.

Taktika deganda, ma'lum maqsadga erishish usuli bo'lib, tanlangan xatti-harakatlar yo'li tushuniladi.

Turizm taktikasi – bu aniq sharoitlarda qo'yilgan maqsadga erishish usullari va aniq chora tadbirlardir (masalan, xalqaro turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi, turizmda narxni shakllantirish, soliqqa tortish va h.k.). Turizm taktikasining maqsadi turizm xo'jaligi vaziyatida yanada maqbul yechimni tanlashdan iboratdir.

Konsepsiyaning bosh maqsadi – bir tomondan O‘zbekiston va chet el fuqarolarini turizm xizmatlariga bo‘lgan ehtiyojni qondirish uchun keng imkoniyatlarni ta’minlovchi zamonaviy, yuqori samarali va raqobatbardosh turizm majmuasini yaratish bo‘lsa, ikkinchi tomondan mamlakat iqtisodiyotini rivojlantiradi, jumladan ishchi o‘rinlari sonini ko‘payishi hisobidan, respublika byudjetiga soliq tushumlarini tushirish bilan, madaniy va tabiiy merosimizni saqlab qolish hamda oqilona foydalanish bilan bog‘liq amalga oshiriladigan dasturlardir.

Bu maqsadlarga erishish uchun quyidagilar nazarda tutilgan:

- turizm sohasini O‘zbekiston iqtisodiyotining tarkibiy qayta qurishdagi asosiy yo‘nalishlarni ro‘yxatiga kiritish;
- «O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish» davlat dasturini bajarish;
- xalqaro huquqiy amaliyotga mos keluvchi turizmni rivojlantirishni me‘yoriy-huquqiy bazasini yaratish;
- tashqi va ichki turizmni rivojlantirishning rag‘batlantiruvchi iqtisodiy mexanizmlarni shakllantirish, bu sohaga investitsiyalarni jalb qilish va davlat kafolatlarini soliq va bojxona imtiyozlarini va davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashni boshqa usullarini taqdim etish yo‘li bilan xalqaro va ichki turizm bozorini himoya qilish;
- turizm faoliyatini litsenziyalash (ruxsatnoma berish) va sertifikatlashning qat’iy tizimini yuritish;
- tarmoqning moddiy texnika bazasini rivojlantirish va turizm xizmatining yuqori texnologiyali majmuasini shakllantirish maqsadida turizm, bank tuzilmalari, transport, mehmonxona va sug‘urta kompaniyalari kooperatsiyasi uchun qulay sharoitlarni yaratish.

18.3. Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari

Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- fuqarolarning dam olish, sayohatga chiqqanda harakatlanish erkinligi va boshqa huquqlarini ta'minlash;
- tabiiy atrof-muhitni muhofaza qilish;
- turistlarni sog'lomlashtirish, tarbiyalash va ta'lim berishga yo'naltirilgan faoliyatlar uchun shart-sharoitlarni yaratish;
- fuqarolarning sayohatdagi ehtiyojlarini ta'minlovchi turizm industriyasini rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, xalqaro aloqalarni rivojlantirish, turizmga doir ob'ektlarni saqlab qolish, tabiiy va madaniy merosimizdan oqilona foydalanish.

Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solishning ustuvor yo'nalishlari bo'lib, ichki, kiruvchi, ijtimoiy va tashabbuskor turizm turlarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish hisoblanadi. Turizmni davlat tomonidan boshqarishning asosiy funksiyalari va usullari quyidagi 18.1-jadvalda ko'rsatilgan:

18.1-jadval

Turizmni davlat tomonidan boshqarishning funksiyalari va usullari

Funksiyalari	Usullari
1. Turistik faoliyatni umumiy tashkillashtirish va huquqiy me'yorlari	-yagona tushuncha va ta'riflarini aniqlash -hamkorlik va oldi-sotdi shartnomalarini tuzish jarayonlari -viza olish -mahsulotlarni chegaradan o'tkazish bilan bog'liq bo'lgan tartiblar
2. Turizm rivojini rejalashtirish	-turizmni rivojlantirish umumiy strategiyasini va konsepsiyasini ishlab chiqish -turizm ob'ektlarini mintaqaviy joylashtirishni boshqarish -infratuzilmaning rivojlanishini rejalashtirish
3. Alohida faoliyat turlarini boshqarish	-litsenziyalashtirish -standartlashtirish -sertifikatlashtirish

4. Turizmda xavfsizlikni ta'minlash	- litsenziyalashtirish - standartlashtirish - sertifikatlashtirish - turistlarga maxsus qo'llanmalar tayyorlash - sug'urtalash.
5. Turizm sohasini kadrlar bilan ta'minlash	- uzluksiz kadrlar tayyorlash tizimini shakllantirish maqsadida davlat standartlari va dasturlarini tayyorlash - turkorxonalar xodimlarining malakasini oshirishni tashkil qilishga ko'maklashish
6. Turizm xizmat bozorining ilmiy-tadqiqot jarayonini ta'minlash	- turizm xizmat bozorida marketing tadqiqotlarini olib borish - turizmni tadqiq qilish milliy markazlarini yaratish - turistik korxonalarni ma'lumotlar bilan ta'minlash.
7. Turfirmaning tashqi iqtisodiy faoliyatini qo'llab-quvvatlash	- chet ellarda vakolatxonalar va bo'linmalarni ochish - xalqaro shartnomalar tuzish - milliy turmahsulotning reklama va brendini yaratish.
8. Tarixiy yodgorliklar hamda atrof-muhitni muhofaza qilishni ta'minlash	- tabiiy resurslarni tiklash va saqlash bo'yicha tegishli tartib-qoidalar, qonunlarni yaratish - tarixiy obidalarni ta'mirlash - turistik rentaning taqsimlanishi.
9. Mamlakat va mintaqalarning salmoqli va yuqori nufuzini yaratish	- marketing - reklama, axborot-tahlil jarayoni (bukletlar, turmarshrut kartalari, multimedia va disklar) - soliqqa tortish - investitsiyalash.
10. Nazorat va monitoring	- joriy nazorat - audit - xalqaro raqobatbardoshlikning monitoringi - milliy turmahsulotlar monitoringi.

Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish quyidagi yo'llar bilan amalga oshiriladi:

- turizm industriyasi sohasidagi munosabatlarni takomillashtirishga yo'naltirilgan me'yoriy-huquqiy hujjatlarni yaratish;
- ichki va jahon turizm bozorlarida turizm mahsulotini siljitishga hamkorlik qilish;
- turistlar huquq va manfaatlarini himoya qilish, ularning xavfsizligini ta'minlash;
- turizm industriyasida standartlash, litsenziyalash, turizm mahsulotini sertifikatlash;

- turizmni rivojlantirish manfaatlarini hisobga olgan holda O‘zbekiston Respublikasiga kirish, O‘zbekiston Respublikasidan chiqib ketish va O‘zbekiston Respublikasi hududiga tashrif buyurish tartiblarini belgilash;
- turizmni rivojlantirishda davlatning maqsadli dasturini ishlab chiqish va amalga oshirishga bevosita byudjet ajratmalarini ko‘paytirish;
- turizm industriyasiga investitsiyalar kiritish uchun qulay sharoitlarni yaratish;
- soliq va bojxona tizimini tartiblashtirish;
- O‘zbekiston Respublikasi hududida turizm faoliyati bilan shug‘ullanuvchi va O‘zbekiston Respublikasi hududida turizm bilan shug‘ullanish uchun chet el fuqarolarini jalb etuvchi turoperator va turagentlarga imtiyozli kreditlar taqdim etish, soliq va bojxona imtiyozlarini berish;
- turizm faoliyatida kadrlar tayyorlashga hamkorlik qilish;
- turizm industriyasi sohasidagi ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish;
- xalqaro turizm dasturlarida O‘zbekiston turistlari, turoperatorlari, turagentlari va ularning birlashmalari ishtirokiga hamkorlik qilish;
- kartografik mahsulotlar ta’minotini yaratish;
- O‘zbekiston Respublikasi qonunlarida belgilangan tartibda qo‘llaniladigan boshqa usullar.

18.4. O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasiga oid farmon va qarorlarning xronologiyasi

Turizm sohasiga oid ishlab chiqilgan ilk me’yoriy hujjat bu – O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1992-yil 27-iyuldagi «O‘zbekturizm» M.Kni tashkil etish to‘g‘risida»gi Farmoni va O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining shu yil 20-oktyabrdagi «O‘zbekturizm» MK faoliyatini tashkil etish masalalari haqida»gi qaroridir. Mamlakatimizda jahon andozalariga javob beradigan turizm

tizimini barpo etish, ushbu soha boshqaruvini takomillashtirish, uning iqtisodiy samaradorligini oshirish, shuningdek, mamlakatimizda mavjud bo‘lib kelgan va sobiq ittifoqqa bo‘ysungan turistik tashkilotlar va muassasalarni Respublika ixtiyoriga o‘tkazish ushbu farmon va qarorning bosh maqsadi qilib olindi. Mazkur farmon O‘zbekistonda turizm sohasini takomillashtirish, uni yangi bosqichga ko‘tarish, «O‘zbekturizm» MK ni tuzish uchun dastur bo‘lib xizmat qildi. 1993-yilda esa «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi Butunjahon turizm tashkilotiga (BTT) haqiqiy a‘zo bo‘lib kirdi va bu o‘z navbatida xalqaro turizmni rivojlantirishning katta imkoniyatlarini yaratdi.

Jahon bo‘yicha turizmni keng targ‘ib qilish, mazkur sohaning iqtisodiyotda naqadar muhim o‘rin tutishini jamoatchilikka atroflicha tushuntirish, davlatlar o‘rtasidagi aloqalarni yanada rivojlantirish maqsadida Butunjahon turizm tashkilotining 1979-yil Ispaniyaning Torremolino shahrida o‘tkazilgan Bosh assambleyasida 27- sentyabr- **«Xalqaro sayyohlik kuni»** deb e‘lon qilindi. Ushbu sana, 1980- yildan boshlab xalqaro hamjamiyat tomonidan katta shodiyona sifatida nishonlab kelindi.

Butunjahon turizm tashkiloti taxminlariga qaraganda, ushbu asrda sayyoramiz bo‘yicha turistlar soni qariyb uch barobarga ortib, 1,6 milliard kishiga yetadi. Bir turistning sarflaydigan mablag‘ esa ikki barobarga oshadi. Masalan, 1995-yilda bir kishi ushbu maqsad uchun o‘rtacha 707 AQSH dollari ishlatgan bo‘lsa, 2020-yilga borib, bu ko‘rsatkich 1248 AQSH dollarini tashkil etishi kutilmoqda.

Birlashgan millatlar tashkilotining YUNESKO tashkiloti hamda O‘zbekiston hukumatining tashabbusi bilan 1994-yilda Samarqand shahrida Buyuk Ipak yo‘lidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo‘yicha Samarqand deklaratsiyasi qabul qilindi. Unda butun dunyo davlatlariga murojaat qabul qilinib, turizmni rivojlantirish masalalariga e‘tibor berildi. Ayniqsa, «Buyuk Ipak yo‘li» ning markazini tashkil etgan, O‘zbekistonga turizm ishida keng ahamiyat berilishi xususida, yurtimizdagi mavjud turistik resurslardan unumli foydalanish uchun

imkoniyatlarni izlab topish haqida fikr-mulohazalar bildirildi.

Keyingi yillarda ishlab chiqilgan muhim hujjatlar qatoriga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi «Buyuk Ipak yo'li» ni qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasi ishtirokini avj oldirish va Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni hamda mazkur farmonni amalga oshirish maqsadida e'lon qilingan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 3-iyundagi «O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infratuzilmasini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarorini kiritish mumkin.

O'zbekiston tarixi uzoq, ajdodlari buyuk, madaniy merosi sarmazmun ko'hna yurtlardan biridir. Ayniqsa, mamlakatimizni sharq va g'arbni bog'lab turuvchi «Buyuk Ipak yo'li» dagi belbog' sifatida yaxshi bilamiz. «Buyuk Ipak yo'li» qariyb ikki ming yillik tarixga ega. Uning bir uchi Xitoy bo'lsa, ikkinchi uchi Italiyadir. Bu yo'lni «Ipak yo'li», «Karvon yo'li» deb ham ataladi. Bunday nom berilishiga sabab, ipak mahsulotlari karvonlar orqali tashib o'tilgan, Shuningdek, bronza, chinni, jun xom-ashyolari va ulardan tayyorlangan buyumlar ham olib o'tilgan. «Buyuk Ipak yo'li»da nafaqat savdo-sotiq, shu bilan birga madaniyat, san'at, ilm-fan, ma'naviyat, ma'rifat, odob-u-axloq, tinchlik, turizm, targ'ibot-tashviqot (reklama), talab va taklif (marketing) ham muttasil shakllangan, yuqori darajaga yetgan.

«Buyuk Ipak yo'li»da ko'hna Turkiston hududi yetakchi o'ringa, Samarqand, Buxoro, Xiva, Termiz, Xo'jand, Chorjo'y kabi shaharlar esa muhim ahamiyatga ega bo'lgan. Hozirgi O'zbekiston hududi bu yo'lning markazida joylashgan. Sohibqiron Amir Temur davrida «Buyuk Ipak yo'li» keng rivojlangan. Shularni e'tiborga olib, qabul qilingan ushbu hujjatlar g'oyat muhim xalqaro turizm yo'nalishi - «Buyuk ipak yo'li»ni qayta tiklash, bunga xorijiy turistlarni jalb etish, shuningdek, mamlakatimizda zamonaviy turizm siyosatini vujudga keltirishga asosiy maqsadni qaratdi. Buning uchun esa: «Buyuk ipak yo'li»dagi shaharlar – Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkentda xalqaro turizm bo'yicha maxsus ochiq

iqtisodiy mintaqalar tashkil etish, mazkur shaharlarning aeroportlari va temir yo‘l vokzallarida xorijiy turistlar uchun bojxona rasm-rusumlarining xalqaro me‘yorlarga mos soddalashtirilgan tartibi, tranzit turistlar uchun maxsus bojxona zonalari, turistik tashkilotlar uchun soliq imtiyozlari joriy qilish, imtiyozli kredit berish ko‘zda tutildi.

Navbatdagi hujjatlar – O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1996-yil 21-noyabrdagi «Xorijiy fuqarolarning va fuqaroligi bo‘lmagan shaxslarning O‘zbekiston Respublikasiga kelishlari, ketishlari, bu yerda bo‘lishlari va tranzit o‘tishlari tartibi to‘g‘risida»gi Qarori va unga Respublika Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 16-apreldagi Qarori bilan o‘zgartirishlar va qo‘shimchalarning kiritilishi bo‘ldi.

Ushbu qarorlarda «Xorijiy fuqarolarning va fuqaroligi bo‘lmagan shaxslarning O‘zbekiston Respublikasiga kelishlari hamda O‘zbekiston Respublikasidan ketishlari tartibi» tasdiqlandi. Tartibning birinchi bo‘limi «Umumiy qoidalar», -deb nomlanib, unda respublikamizga kelish va ketishga haqli deb – xususiy hamda xizmat ishlari bo‘yicha, turizm, dam olish, o‘qish, ishlash, davolanish va doimiy yashash uchun borayotgan shaxslar va boshqa masalalar belgilab berilgan. Ikkinchi bo‘lim «O‘zbekiston Respublikasiga kelish «viza» larini rasmiylashtirish tartibi», -deb nomlanib, uning 12-bandida, ayniqsa to‘liq ma‘lumotlar mujassam. Uchinchi bo‘lim «O‘zbekiston Respublikasidan ketish «viza» larini rasmiylashtirish tartibi», to‘rtinchi bo‘lim «O‘zbekiston Respublikasiga kelish va undan ketish huquqidagi cheklashlar», beshinchi bo‘lim «Chet elga ketish huquqi rad etilganligi ustidan shikoyat qilish tartibi», -deb nomlangan.

Shuningdek, ushbu qarorlarda «Xorijiy fuqarolar va fuqaroligi bo‘lmagan shaxslarning O‘zbekiston Respublikasida bo‘lishlari qoidalar» tasdiqlangan. Bu qoidaning birinchi bo‘limi «Umumiy qoidalar», ikkinchi bo‘limi «O‘zbekiston Respublikasida vaqtincha bo‘luvchi xorijiy fuqarolarni ro‘yxatga olish», -deb nomlangan. Qoidaning 13-bandida: mehmonxonalar, davolash muassasalari,

sanatoriylar, dam olish uylarining mas'ul shaxslari tomonidan kelib joylashgan shaxslarning hisobi yuritiladi. 19-bandida: Mehmonxonalar ma'muriyati O'zbekiston Respublikasiga kelish «viza» siga ega bo'lmagan, shuningdek, boshqa qoida buzishlarga yo'l qo'ygan xorijiy fuqarolar to'g'risida hududiy ichki ishlar organlariga zudlik bilan xabar qilishga majburdir. Bunday shaxslarni mehmonxonalarda rasmiylashtirish va mehmonxonalarga joylashgan xorijiy fuqarolarning bo'lish muddatini uzaytirish qabul qiluvchi tashkilotlarning yozma iltimosnomasida (turistlar uchun turning amal qilish muddatida) ko'rsatilgan, lekin «viza» ning amal qilish muddati darajasida oshiriladi», - deyiladi.

Uchinchi bo'lim «Xorijiy fuqarolarga O'zbekiston Respublikasida doimiy yashash uchun ruxsatnomalar berish», to'rtinchi bo'lim «Xorijiy fuqarolarning O'zbekiston Respublikasi hududida yurishlari», beshinchi bo'lim «O'zbekiston Respublikasida bo'lish muddatini qisqartirish va undan chiqarib yuborish», - deb nomlangan. Vazirlar Mahkamasining mazkur qarorlarida, shuningdek, «Xorijiy fuqarolarning, fuqaroligi bo'lmagan shaxslarning O'zbekiston Respublikasi hududi orqali tranzit o'tishlari qoidalarini» ham tasdiqlangan.

Farmon va qarorlarning muhim jihatlaridan biri shu bo'ldiki, unda O'zbekiston Respublikasi *Vazirlar Mahkamasi huzurida turizm bo'yicha Idoralararo Kengash tuzilib*, ushbu Kengash faoliyatining asosiy vazifalari sifatida quyidagilar belgilab berildi:

- a) turizm sohasida iqtisodiy islohotlarni rivojlantirish;
- b) jahon andozalari darajasida kichik va o'rta mehmonxonalar, motellar va kempinglar tarmog'i shakllantirilishini muvofiqlashtirish;
- d) sayr-tamoshalar zamonaiy industriasini, madaniy va sport – sog'lomlashtirish markazlarini barpo etishga ko'maklashish;
- e) noyob turizm imkoniyatlari va tarixiy – madaniy merosini keng ko'lamda targ'ib qilinishi va maskanlashtirishni tashkil etish;
- h) turizm tizimida muvofiqlashtirilgan ilmiy-texnikaviy va investitsiya siyosatini o'tkazish;

i) turizm sohasida kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlashni ta'minlash.

Yurtimizda turizm ishini yanada rivojlantirish va uni tashkil etishni takomillashtirish, turizm xizmatlari bozorida kichik turistik tashkilotlarining qatnashishini faollashtirish, xorijiy sarmoyadorlarni turizm sohasidagi faoliyatga keng jalb qilish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi 1998- yil 8-avgustda «Turizm tashkilotlari faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to'g'risida» Qaror qabul qildi. Qarorda Xususiy turistik tashkilotlar uyushmasi (bundan buyon – XSTU) ni tashkil etish va uni «O'zbekturizm» MK tarkibiga a'zo sifatida kirishi belgilab berildi. XSTU faoliyatining asosiy yo'nalishlari etib quyidagilar belgilandi:

- «Buyuk Ipak yo'li» ni tiklashda, respublikada turizmning zamonaviy infratuzilmasini rivojlantirishda faol qatnashish;
- uyushma a'zolari bo'lgan xususiy turizm tashkilotlariga ko'maklashish va ular faoliyatini muvofiqlashtirish;
- turizm sohasida marketing tadqiqotlarini o'tkazish;
- xususiy turizm tashkilotlarini rivojlantirishga xorijiy sarmoyadorlarni va mamlakatimizdagi yuridik va jismoniy shaxslarning mablag'larini jalb qilish;
- «O'zbekturizm» MK da, davlat organlarida va jamoat tashkilotlarida uyushma a'zolari bo'lgan xususiy sayyohlik tashkilotlarining manfaatlarini ifodalash;
- uyushma a'zolariga axborot, maslahat va uslubiy yordam ko'rsatish;
- turizm biznesi sohasida xodimlarning kasb tayyorgarligiga va ularni qayta tayyorlashga ko'maklashish.

«O'zbekturizm» MK tomonidan Vazirliklar, korxonalar, tashkilotlarning taklif va mulohazalarini inobatga olgan holda O'zbekiston davlat standartlashtirish, metrologiya va sertifikatlashtirish markazi 1998-yil 31-dekabrda ro'yxatdan o'tkazgan «Mehmonxonalar klassifikatsiyasi» ishlab chiqildi. Mazkur standart kamida 10 nomerga ega bo'lgan mehmonxonalar, motellar, kempinglar, turistik bazalar, shuningdek, O'zbekiston Respublikasiga kelayotgan turistlar va

fuqarolarning boshqa vaqtincha yashab turish joylarining klassifikatsiyasini belgilaydi. Unda shuningdek, ishlatiladigan asosiy terminlarning sharhi, mehmonxonalarga qo'yiladigan umumiy talablar, ularning javobgarligi, turli toifadagi mehmonxonalarga qo'yiladigan talablar haqida batafsil ma'lumotlar berilgan. Ayniqsa, turli toifadagi mehmonxonalarga qo'yiladigan talablarda: bino va unga tegishli hudud, texnik jihozlar, nomerlar fondi, texnik ta'minot, mebel va boshqa jihozlar ta'minoti, jihozlash va nomerlardagi sanitariya-gigiyena buyumlari, umumiy foydalanish sanitariya ob'ektlari, jamoat joylari, ovqatlanish xizmatlari ko'rsatish joylari, xizmatlar, ovqatlanish xizmatlari, xizmatchilar va ularni tayyorlashga bo'lgan talablar haqida 1-5 yulduzli mehmonxonalarga xos aniq vazifalar berilgan.

1999-yil 20-avgustda O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan «Turizm tug'risidagi» Qonun qabul qilindi. Bu qonun asosida turizm sohasidagi bozor munosabatlari uzil-kesil yo'lga qo'yildi hamda dunyo bozori bo'yicha raqobatbardosh turistik mahsulot yaratila boshlandi.

O'zbekistonda turizm sohasini yangi bosqichga kutarishda Respublika Prezidentining 1999-yil 15-apreldagi «2005-yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish Davlat dasturi to'g'risida» gi Farmoni alohida ahamiyatga egadir. Ushbu Farmon millatlararo aloqalarni kengaytirish va mustahkamlashga ko'maklashish hamda xalqaro turizm bozoriga uzviy qo'shilish, O'zbekistonning madaniy-tarixiy va ma'naviy merosini jahon hamjamiyatiga targ'ib qilish, shuningdek, turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini xalqaro andozalar darajasiga ko'tarish maqsadida qabul qilinib, 2005 yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish Davlat dasturi va uni amalga oshirish bo'yicha Muvofiqlashtiruvchi Kengash tarkibi tasdiqlandi.

Farmonda mulkchilik shaklidan qat'iy nazar, turistik tashkilotlar xoriждан keltiriladigan texnologiya va mehmonxona uskunalari, turizm maqsadlariga mo'ljallangan transport vositalari uchun bojxona bojlari to'lashdan uch yil muddatga ozod qilinishi ko'rsatib o'tildi. Shuningdek, «O'zbekturizm» MK

tizimidagi korxonalarga xorijiy turistlarga erkin ayirboshlanadigan valyuta hisobidan turistik xizmat va qo'shimcha xizmat ko'rsatish huquqi berilib, buning uchun maxsus kassalar ochilishiga ruxsat berildi. «Umid» jamg'armasi har yili studentlarni turizm industriyasi mutaxassisliklari bo'yicha yetakchi xorijiy mamlakatlarga ta'lim olish uchun yuborishni ko'zda tutishi ko'rsatib o'tildi. O'zbekiston Respublikasining Tashqi ishlar, Moliya va Madaniyat ishlari vazirliklarining va «O'zbekturizm» MKning O'zbekiston Respublikasining AQSH, Yaponiya, Buyuk Britaniya, Germaniya, Fransiya va Italiyadagi elchixonalarida madaniyat va turizm masalalari bo'yicha maslahatchi lavozimi birliklarini joriy etishlariga ijozat berildi.

Ushbu Davlat dasturi olti bo'limdan iborat bo'lib, 1-bo'lim: «Turizmning me'yoriy – huquqiy bazasini shakllantirish», deb nomlanib, unda O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida» gi Qonunini tayyorlash, fuqarolarimizning xorijga chiqishi va O'zbekistonga xorijiy fuqarolarning kirishi haqidagi takliflarni o'rgangan holda, xorijiy turistlar uchun boj, viza va boshqa hujjatlarni rasmiylashtirish Nizomiga o'zgartirishlar kiritish; ***Madaniy meros yodgorliklarining to'liq ro'yhatini tuzish va nashr etish***; yodgorliklarni noqonuniy tarzda olib chiqib ketgan va ularga ziyon yetkazilgan hollarda davlat, jamoat tashkilotlarining, yuridik va jismoniy shaxslarning javobgarliklari haqidagi tartibni tayyorlash vazifalari belgilab berildi.

Respublikamizda turizm sohasi bo'yicha yuqori malakali kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish, turizmning iqtisodiy salohiyatini mustahkamlash va uning samaradorligini yanada oshirish maqsadida ***O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1999- yil 30- iyundagi «O'zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash to'g'risida»gi*** Farmoni va mazkur Farmon ijrosini ta'minlash uchun O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining shu yil 2-iyuldagi «O'zbekistonda turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarori qabul qilindi. Mazkur hujjatlarga muvofiq, 1999–2000- o'quv yilidan boshlab turizm sohasi bo'yicha oliy

ma'lumotli kadrlar tayyorlash Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universitetida mujassamlashtirilishi bayon etildi. Shu maqsadda, universitetda «Xalqaro turizm» fakulteti va unga qarashli «Xalqaro turizm», «Turizm menejmenti», «Turizm marketingi», «Turizm servisi» kabi mutaxassislik (va boshqa nomutaxassislik) kafedralari tashkil etildi. Universitetda hozirgi paytda 5340200 – «Menejment» (Turizm), 5810300 – Servis (turizm) ta'lim yo'nalishlari bo'yicha bakalavrlar tayyorlanmoqda va 5A810102 – «Xalqaro turizm menejmenti» mutaxassisligi bo'yicha magistratura ham faoliyat ko'rsatmoqda.

Ushbu qarorga muvofiq, Toshkent shahar mehmonxona xo'jaligi va turizm litseyi negizida Toshkent turizm kasb-xunar kolleji tashkil etish va qayta ixtisoslashish, Samarqand, Buxoro, Xiva, Farg'ona, Termiz va Shahrisabz shaharlarida turizm kasb-hunar kollejlari ochilishini bosqichma-bosqich amalga oshirish vazifasi belgilab berildi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan 2004-yil 25-martdagi «Samarqand iqtisodiyot va servis institutini tashkil etish to'g'risida» gi №144 qaroriga asosan Samarqand iqtisodiyot va servis institutida turizmning ustuvor yo'nalishlari bo'yicha yuqori malakali mutaxassislar tayyorlash belgilangan edi. Hozirgi paytda ushbu o'quv dargohida «Turizm marketingi», «Turizm menejmenti», «Turizm operatorlik xizmatini tashkillashtirish», «Servis (turizm va mehmonxona xo'jaligi)», Servis (aholi va turistlarni ovkatlantirishni tashkil etish), «Turizm (faoliyat turlari bo'yicha)» va «Mehmonxona xo'jaligini tashkil qilish va boshqarish», ta'lim yo'nalishlari bo'yicha bakalavrlar tayyorlanmoqda.

2010–2011-o'quv yilidan boshlab turizm bo'yicha «Xalqaro turoperatorlik xizmatini tashkil etish» va «Xizmat ko'rsatish va turistik xizmatlarini tashil etish» mutaxassisliklari bo'yicha magistrlar tayyorlana boshlandi. 2013–2014-o'quv yilidan boshlab «Turoperatorlik xizmatini tashkil etish» va «Mehmonxona xo'jalini tashkil etish va boshqarish» mutaxassisliklari bo'yicha magistraturaga bakalavrlar qabul qilindi.

Bundan tashqari, Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish universiteti, Buxoro, Urgench va Nukus Davlat universitetlari va qator turizm kasb-hunar kollejlari bu ishga o'z hissalarini qo'shib kelmoqdalar.

2006- yil 17- aprelda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining O'zbekiston Respublikasida 2006–2010-yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida PQ-325-sonli Qarori qabul qilindi. 2010-yil 5-yanvar O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Ispaniyaga qilgan tashrifi chog'ida tezyurar temir yo'l poyezdlari harakatini tashkil etish to'g'risidagi bitimga kelishgan edilar. Ushbu bitim asosida 2010- yil 5- yanvar kuni O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Ikkita yo'lovchi tashuvchi tezyurar TALGO-250 elektropoyezdini sotib olish» loyihasini amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida 1255-sonli Qarori qabul qilindi. 2012-yil 10-oktabrda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «O'zbekturizm» milliy kompaniyasi huzuridagi byudjetdan tashqari Turizmni rivojlantirish jamg'armasi mablag'larini shakllantirish va ulardan foydalanish tartibi to'g'risida Nizom qabul qilindi. 2013- yil 20- martda esa O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2013–2015- yillarda Xorazm viloyatida turizm sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida» gi PQ-1940- sonli Qarori qabul qilindi.

Turizm sohasi bo'yicha 2014-yil 1–3-oktyabrda Birlashgan millatlar tashkiloti (BMT) Butunjahon turizm tashkiloti Ijroiya kengashining 99-sessiyasi aynan Samarqand shahrida bo'lib o'tishi ham bejiz emas, chunki bunga barcha asoslar mavjud.

Samarqand shahri 2014-yilda AQShning mashhur internet nashri –«The Huffington Post» tomonidan e'lon qilingan reytingga muvofiq sayyoramizning sayyohlar borib ko'rishi lozim bo'lgan 50 ta eng go'zal shaharlari qatoridan o'rin oldi. E'tiborlisi, MDH davlatlari shaharlaridan ushbu ro'yxatga faqat Samarqand shahri kiritilgan.²⁹

²⁹ Дунёда-элликтадан бири //XXI асп.2014 й., 24-июль., №29 (557).

**Mustaqillik yillarida mamlakatimizda turizm sohasida qabul qilingan huquqiy-me'yoriy
HUJJATLAR**

№	Yillar	Hujjat turi	Kim tomonidan qabul qilingan	Qabul qilingan sana	Hujjat raqami	Hujjat mazmuni
1	1992	Farmon	O‘z.Res. Prezidenti	27.07	PF-447-son	«O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasini tashkil qilish to‘g‘risida
		Qaror	O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	20.10.	484-son	«O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi faoliyatini tashkil etish masalalari to‘g‘risida
2	1993			4.10		«O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi Butunjahon turistik tashkilotga a‘zo bo‘ldi
		Qaror	O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	05.10	480-son	Respublika mehmonxona xo‘jaligi va turizm O‘zbekiston- Turkiya litseyini tashkil etish to‘g‘risida
3	1994	Qaror	O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	09.09	459-son	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Ipak yo‘li» Butunjahon turistik tashkilotining O‘zbekistondagi majlisiga tayyogarlik va uni o‘tkazish to‘g‘risida
		Deklaratsiya	B.T.T.	05.10		Samarqand shahrida Buyuk Ipak yo‘lidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo‘yicha Samarqand deklaratsiyasi
4	1995	Qaror	O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	02.03	78-son	«Ipak yo‘li turizmi» xalqaro turistik yarmarkani tayyorlash va o‘tkazish to‘g‘risida
		Farmon	O‘z.Res. Prezidenti	02.06	PF-1162	Buyuk ipak yo‘lini qayta tiklashda O‘zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to‘g‘risida
		Qaror	O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	03.06	210-son	O‘zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infrastrukturasini barpo etish chora-tadbirlari to‘g‘risida
5	1996	Qaror	O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	11.01	19-son	Parijda «Temuriylar davrida fan, madaniyat va ta’limning ravnaqi» haftaligini o‘tkazish to‘g‘risida
			O‘z.Res.Vazirlar	23.02	72-son	Toshkent shahridagi mehmonxona kompleksini «Bakri

			Mahkamasi			investindo» (Indoneziya) kompaniyasiga sotish to'g'risida
			O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	25.09	335-son	O'zbekiston Respublikasi Tashqi Ishlar Vazirligida madaniyat, fan va turizm sohasida xalqaro hamkorlik boshqarmasini tashkil etish to'g'risida
		Bitim	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	26.05	232-son	O'zbekiston Respublikasi hukumati va Ozarbayjon Respublikasi hukumati o'rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to'g'risida
6	1997	Bitim	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	23.05	348-son	O'zbekiston Respublikasi hukumati va Gruziya hukumati o'rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to'g'risida
			O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	03.05	281-son	O'zbekiston Respublikasi va Italiya Respublikasi hukumati o'rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to'g'risida
			O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	01.04	162-son	O'zbekiston Respublikasi va Gresiya Respublikasi hukumati o'rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to'g'risida
7	1998	Qaror	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	07.04.	134-son	O'zbekiston Respublikasida mehmonxona xizmatlarini taqdim qilish qoidalari haqida
		Qaror	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	02.03	89-son	Toshkent shahrida xalqaro klassdagi 4 yulduzli mehmonxona qurilishi samaradorligini oshirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida
			O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	08.08	346-son	«Turizm tashkilotlari faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to'g'risida»
		Bitim	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	24.06	348-son	O'zbekiston Respublikasi va Bolgariya Respublikasi hukumatlari o'rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to'g'risida
8	1999	Qonun	O'z.Res.Oliy Majlisi	20.08	830-I	Turizm to'g'risida
		Farmon	O'z.Res. Prezidenti	5.04	PF-2286	2005- yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish davlat dasturi to'g'risida
			O'z.Res. Prezidenti	30.06	PF-2332	O'zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash to'g'risida
		Qaror	O'z.Res.Oliy Majlisi	20.08	831-I-son	«Turizm to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi qonunini amalga kiritish haqida
			O'z.Res.Vaz.			Butunjahon turistik tashkiloti Yevropa hay'atining 34-

			Mahkamasi	15.02	70-son	sessiyasiga tayyorgarlik va uni o'tkazish to'g'risida
			O'z.Res.Vaz. Mahkamasi	02.07	324-son	O'zbekistonda turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida
9	2000	Qaror	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	18.03	911-son	O'zbekiston Respublikasining sertifikatlash milliy tizimi to'g'risida
			O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	17.07	273-son	O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Biznes sentr Samarqand» turistik mehmonxona majmuasi qurilishini takomillashtirish to'g'risida
		Tartib	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	18.03	911-son	Turistik xizmatlarni sertifikatlash haqida
		Kelishuv	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	21.11		O'zbekiston Respublikasi «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi va Italiya turoperatorlari Assosatsiyasi o'rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to'g'risida
10	2001	Qaror	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	16.03	131-son	O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2000- yil 17- noyabrda 449-son qaroriga o'zgartirishlar kiritish to'g'risida
11	2002	Qaror	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	02.09	310-son	O'zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesi va xalqaro turizmni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida
			O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	12.10	356-son	«Ipak yo'li» Butunjahon turistik tashilotining 4-sessiyasiga tayyorgarlik va uni Buxoro shahrida o'tkazish to'g'risida
12	2003	Qaror	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	17.01	33-son	2002-yil 2- sentyabrda 310-son qarorini qisman o'zgartirish haqida
			O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	11.11	497-son	Turizm faoliyatini litsenziyalash to'g'risidagi nizomni tasdiqlash haqida
		Nizom	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	11.11	497-ilova	Turizm faoliyatini litsenziyalash to'g'risida
13	2004	Qaror	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	28.07	360-son	«O'zbekturizm» milliy kompaniyasi faoliyatini yanada takomillashtirish to'g'risida
			O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	13.09	1407-son	Sayyohlarga xizmat ko'rsatilgani uchun turistik firma va mexmonxona xo'jaliklaridan undiriladigan turistik yig'imlar to'g'risidagi Nizomni tasdiqlash haqida

			O‘zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi	13.09	1407-son	Sayyohlarga xizmat ko‘rsatilgani uchun turistik firma va mexmonxona xo‘jaliklaridan undiriladigan turistik yig‘imlar to‘g‘risidagi Nizomni tasdiqlash haqida
			O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	03.11	1421-son	Sayyohlarning O‘zbekiston Respublikasiga kelishi va ketishi tartibi to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida
		Nizom	O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	15.09	1421-sonli qarorga ilova	Sayyohlarning O‘zbekiston Respublikasiga kelishi va ketishi tartibi to‘g‘risidagi
14	2005	Bitim		25.05		O‘zbekiston Respublikasi «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi bilan Xitoy Xalq Respublikasi milliy turistik ma‘muriyati o‘rtasida turizm sohasida hamkorlik to‘g‘risida
15	2006	Qaror	O‘z.Res. Prezidenti	17.04	PQ-325-son	O‘zbekiston Respublikasida 2006–2010- yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida
		Bitim		04.09		O‘zbekiston Respublikasining «O‘zbekturizm» milliy kompaniyasi bilan Qozog‘iston Respublikasining turizm va sport Vazirligi o‘rtasida turizm sohasida hamkorlik to‘g‘risida
				03.10		O‘zbekiston Respublikasining «O‘zbekturizm» milliy kompaniyasi bilan Qirg‘iziston Respublikasining sanoat, savdo va turizm vazirligi o‘rtasida turizm sohasida hamkorlik to‘g‘risida
16	2007	Qaror	O‘z.Res. Prezidenti	21.05	PQ-640-son	O‘zbekiston Respublikasida 2010- yilgacha bo‘lgan davrda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida
17	2010	Qaror	O‘z.Res. Prezidenti	5. 01	1255-son	Prezidentimiz Islom Karimov Ispaniyaga qilgan tashrifi chog‘ida tezyurar temir yo‘l poyezdlari harakatini tashkil etish to‘g‘risidagi bitimga kelishgan edilar. Ushbu bitim asosida 2010- yil 5- yanvar kuni O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Ikkita yo‘lovchi tashuvchi tezyurar TALGO-250 elektropoyezdini sotib olish» loyihasini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida

		Dastur	Samarqand viloyat hokimligi			2015- yilga qadar Samarqand viloyatida turizmni yanada rivojlantirish, turistik xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va yo'nalishlarini kengaytirish
18	2011	Dastur	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi			O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan 2011- yil oktyabr oyida «2011–2012 yillarda Samarqand viloyatining turizm sohasini rivojlantirish va turizm xizmatlar eksportini oshirish buyicha manzilli dasturi» tasdiqlandi
		Qaror	Samarqand shahar hokimligi	18.11	1869-Q son	Samarqand shahar hokimligi qoshida shahar hokimining 2011- yil 18- noyabrdagi 1869-Q sonli qarori bilan «Samarqand turizm makoni» davlat unitar korxonasini tashkil etish
			Samarqand shahar hokimligi	18.11	1869-Q son	Samarqand shahar hokimligi qoshida shahar hokimining 2011- yil 18- noyabrdagi 1870-K sonli qarori bilan «Turizmni kompleks rivojlantirish Kengashi» tuzildi va Nizomi tasdiqlandi.
		Bayon	«O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi	27.12	01-14/1-299 son	O'zbekturizm Milliy Kompaniyasining 27.12.2011 yil № 01-14/1-299 sonli yig'ilishi bayoniga asosan 2012- yil mamlakat xududida ichki turizmni rivojlantirishga qaratilgan qisqa muddatli dasturining amalga oshirilishi ko'zda tutilgan. Bu ishlar qatoriga turistik maskanlar, dam olish maskanlari, pansianatlar, sanatoriya kurortlar, davolash- sog'lomlashtirish, sport-sog'lomlashtirish, rekreatsion va ekoturistik tashkilot va muassasalarning yagona mamlakat bazasi reestrini tuzish masalasi shular qatorida turadi.
19	2012	Qaror	O'z.Res. Prezidenti	10. 05	PQ-1754-son	O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012–2016- yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida
		Nizom	O'z.Res.Vazirlar Mahkamasi	10.10	288-son qaroriga ilova	«O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi huzuridagi byudjetdan tashqari Turizmni rivojlantirish jamg'armasi mablag'larini shakllantirish va ulardan foydalanish tartibi to'g'risida
20	2013		O'z.Res. Prezidenti	20.03	PQ -1940-son	2013–2015- yillarda Xorazm viloyatida turizm sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida

		Qaror	O‘z.Res. Prezidenti	17.04	PQ -1957- son	2013–2016- yillarda qishloq joylarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini jadal rivolantirish yuzasidan qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida
			O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	20 .09	259-son	2013–2015- yillarda Toshkent viloyatida turizm sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida
			O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	20 .09	261-son	Xorazm viloyatida turistik infratuzilmaning qo‘shimcha ob‘ektlarini barpo etish chora-tadbirlari to‘g‘risida
			O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasi	1.11	294-son	2013–2015- yillar davrida Qashqadaryo viloyatida turizm sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida
21	2014	Farmoyish	O‘z.Res. Prezidenti	01.08	PF -4328- son	Samarqand shahrida BMT Butunjahon turizm tashkiloti Ijroiya kengashining 99-sessiyasini o‘tkazishni tashkil qilish chora-tadbirlari haqida

19- mavzu. O‘ZBEKISTONDA XALQARO TURIZMNING RIVOJLANISHI

Reja:

19.1. Xalqaro turizm rivojlanishining O‘zbekiston iqtisodiyotiga ta’siri

19.2. O‘zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanish dinamikasi

19.1. Xalqaro turizm rivojlanishining O‘zbekiston iqtisodiyotiga ta’siri

O‘zbekiston xalqaro aloqalarining rivojlanishida turizm sohasi alohida ajralib turadi. Mustaqillikdan oldin O‘zbekiston aholisi sobiq markaz ruxsati bilangina chet ellarda sayohat qilib kelar edi, xorijiy turistlar ham avval Moskvaga kelib, so‘ng O‘zbekistonga tashrif buyura olishar edi. Buning ustiga, turizmdan olinadigan barcha daromadlarni (shuningdek, valyuta daromadlarining ham hammasini) to‘g‘ridan-to‘g‘ri sobiq markazga jo‘natish majburiy edi. Xorijiy turistlarga ko‘rsatilgan xizmatlar tannarxi O‘zbekiston byudjetidan qoplanar, buning evaziga markazdan hech nima olinmas edi, natijada xalqaro turizmdan O‘zbekiston zarar ko‘rar edi.

Mustaqillikka erishgandan so‘ng O‘zbekiston hukumati xalqaro turizm sohasining rivojlanishiga alohida e’tibor qarata boshladi va buning uchun mas’ul bo‘lgan yagona tashkilot tuzildi. O‘zbekiston Respublikasida turizmning rivojlanishi uchun mas’ul bo‘lgan tashkilot «O‘zbekturizm» Milliy Kompaniyasi hisoblanadi. «O‘zbekturizm» Milliy Kompaniyasining tarkibiga mustaqillikka qadar alohida-alohida xo‘jalik faoliyati yuritgan «Inturist», «Sputnik» va Kasaba ittifoqlarining turizm va ekskursiyalar bo‘yicha Kengashi kabi tashkilotlarning mintaqaviy tarkibiy bo‘linmalari birlashtirildi.

Milliy Kompaniyaning faoliyat yuritishi davomida respublikada xalqaro turizmni rivojlantirishda katta o‘zgarishlar amalga oshirildi. Oldinlari turistlar uchun dam olish uylari, turistik bazalar, kempinglar zamonaviy talablarga javob

bera olmas edi, chunki ularni ta'mirlash, qayta qurish va jihozlash masalalari sobiq Markaz tomonidan ko'rib chiqilar edi.

Mustaqillikka erishgandan so'ng bu holatga, shuningdek, xalqaro turizm sohasidan olingan daromadning barchasini respublika tashqarisiga olib chiqib ketilishiga chek qo'yildi. O'zbekiston xalqaro turizm sohasida bozor munosabatlari amal qila boshladi, davlatning ko'plab turistik korxonalari xususiylashtirildi, turistik mahsulot yaratish hamda shu kabi mahsulotga mustaqil narx belgilash erkinligi yaratib berildi. Natijada turistik xizmatlar bozorida korxonalar o'rtasida sog'lom raqobat yuzaga keldi. «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining vujudga kelishi va bu tashkilotning 1993-yili Butunjahon turizm tashkilotiga a'zo bo'lib kirishi O'zbekiston xalqaro turizmi taraqqiyotida qo'yilgan ulkan qadam bo'ldi. Respublikada xalqaro turizmni yangi bosqichga ko'tarish va samarali faoliyat ko'rsatishiga mos keladigan yangi shart-sharoit va mexanizmlar vujudga keldi.

O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmni rivojlantirish borasida ishlab chiqilgan yana bir muhim hujjatlar qatoriga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi «Buyuk Ipak yo'li»ni qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasi ishtirokini avj oldirish va respublikada Xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni hamda mazkur farmonni amalga oshirish maqsadida e'lon qilingan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 3-iyundagi «O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infratuzilmasini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarorini xalqaro turizmni rivojlantirish dasturi sifatida kiritish mumkin.

O'zbekiston xalqaro turizmining rivojlanishida «Buyuk Ipak Yo'li» ning tutgan o'rni va mohiyati nihoyatda cheksiz. Bir necha asrlar davomida ushbu zaminning G'arb va Sharqida istiqomat qilgan xalqlarni Janubiy-Sharqiy Osiyodan to O'rta yer dengizi mamlakatlarigacha cho'zilgan va «Buyuk Ipak Yo'li» deb nom olgan savdo-sotiq yo'li bir-biri bilan bog'lab turar edi. Bu yo'lga «Ipak Yo'li», deb nom berilishining asosiy sababi, bu yerda tashiladigan mahsulotlarning asosiy qismi ipak matolari va mahsulotlari bo'lganligidandir. Ipak tayyorlash bilan bog'liq

bo'lgan sir-asrornlarni Xitoy ustalari ming yillar davomida boshqa davlatlardan yashirib kelgan. Ammo «Buyuk Ipak Yo'li» orqali tashilgan mahsulotlar faqat ipakdangina iborat bo'lmay, balki bu yo'l orqali bronza, chinini, jun, xom ashyolar va ulardan tayyorlangan buyumlar ham edi. «Buyuk Ipak Yo'li» qariyb ikki ming yillik tarixga ega bo'lib, bu yo'l asosan Italiyadan tortib Turkiya orqali Iroq va Eronga borgan. U yerdan esa Markaziy Osiyo hamda Shimoliy Pomir orqali o'tib Qashqar va Yorkentgacha yetgan. Bu yerda yo'l ikkiga ajralgan hamda shimol tomondan Takla-Makon sahrosini aylanib o'tib, Lobnor ko'li yaqinida yana qo'shilgan va Xitoygacha borgan.

Buyuk Ipak Yo'lida Turkiston hududi yetakchi rolni bajarib kelgan. Ushbu hududdagi Samarqand, Buxoro, Xiva, Termiz, Xo'jand, Chorjuy kabi qator shaharlar ipak yo'lidagi asosiy manzillar bo'lgan. O'zbekiston o'zining qo'lay geografik o'rni tufayli bu tarixiy yo'lda markaziy o'rinni egallagan. «Buyuk Ipak Yo'li» ko'p asrlar davomida kishilik madaniyatining vujudga kelishida katta o'rin egallagan. Uning tarixda tutgan o'rni hamda ahamiyatini tiklash, bu yo'lda turizmni rivojlantirish kabi maqsadlarni mo'ljallab, 1994-yilning oktabr oyida Birlashgan Millatlar Tashkiloti va uning nufuzli tashkiloti YUNESKO ishtirokida O'zbekistonda Butunjahon turistik tashkilotining kengashi bo'lib o'tdi. Kengash a'zolari Ipak yo'li bo'ylab turizm faoliyatini tiklash va rivojlantirishga qaratilgan Samarqand Deklaratsiyasini qabul qildi. 1995-yilning oktyabr oyida Toshkent shahrida «Ipak Yo'lida turizm» nomi bilan birinchi marotaba Xalqaro turistik yarmarka o'tkazildi. Shundan keyin ushbu xalqaro turistik yarmarka har yili muntazam ravishda o'tkazilib kelinmoqda.

An'anaviy tarzda o'tkazib kelinayotgan «Ipak yo'lidagi turizm» Toshkent xalqaro sayyohlik ko'rgazmasi qisqa vaqtda xalqaro maydonda tanilib, turizm mahsulotlarini namoyish etish, ishbilarmonlik aloqalarini izchil yo'lga qo'yish, o'zaro tajriba almashish, sayyohlikdagi dolzarb masalalarni atroflicha muhokama qilish, hamkorlik yuzasidan foydali shartnomalar imzolash va yangi yo'nalishlar ochish borasida qulay imkoniyatlarni taklif etib kelmoqda.

2014 yilda «Ipak yo‘lidagi turizm» XX Toshkent xalqaro sayyohlik ko‘rgazmasida O‘zbekiston, Birlashgan Arab Amirliklari, Hindiston, Tailand, Malayziya, Italiya, Singapur, Vengriya, Chexiya, Latviya, Indoneziya, Janubiy Koreya, Ispaniya, Avstriya, Shveysariya, Ruminiya, Polsha, Eron, Turkiya kabi dunyoning qirqdan ortiq mamlakatlaridan ko‘plab firma va kompaniyalar vakillari ishtirok etdi.

«Turizm va san’atning ipak bog‘lami» shiori ostida o‘tkazilgan Toshkent xalqaro sayyohlik ko‘rgazmasi doirasida biznes, ekologik, sport va ma’rifiy sayohat, ekskursiya, kruiz, mehmonxona hamda restoran servisi, sohaga doir ko‘chmas mulk va sug‘urta, sog‘lomlashtirish kabi muhim mavzular yuzasidan fikr-mulohazalar almashildi. Ko‘rgazmada tashrif buyuruvchilar uchun «O‘zbekiston bo‘ylab sayohat milliy paviloni», «Milliy taomlar festivali», «Sharq bozori» hamda «Hunarmandlar shahri» bo‘limlari haqida ma’lumotlar berildi, hunarmandlarning ijod namunalari namoyish etildi. Bundan tashqari, «Turizm sohasida axborot texnologiyalari», «Mehmonxona va joylashtirish ob’ektlari», «Transport xizmatlari», «Sug‘urta xizmatlari», «Gastronomik turizm» kabi bo‘limlar ham faoliyat ko‘rsatdi. O‘zbekiston sanatoriy va shifoxonalari esa alohida stendda namoyish etildi. Ko‘rgazmada xorijiy sayyohlik kompaniya hamda firmalari, sohada faoliyat olib borayotgan yurtimizning yetakchi turoperatorlari, mehmonxonalar vakillari o‘z xizmat turlari haqida ma’lumotlarni taqdim qildilar.

E’tiborga molik jihati, mazkur ko‘rgazma doirasida mamlakat turizmida yangi loyiha-«Hosted buyers (Tajribali haridor)» dasturi namoyish etildi. U istiqbolli sheriklar va haridorlar o‘rtasidagi uchrashuvlarni oldindan belgilash, ularga muayyan imtiyozlar berish orqali sohada ishbilarmonlik muhitini rivojlantirishga xizmat qilishi bilan g‘oyat ahamiyatlidir. Qayd etish jozki, Xalqaro tasnifga ko‘ra, «Hosted buyers» avvaldan aniq maqsad bilan ko‘rgazmaga maxsus taklif qilinadigan nufuzli haridor bo‘lib, u qiziqish bildirgan sotuvchi bilan uchrashib, mahsulot, tovar yoki xizmatni sotish yoki harid qilish, shuningdek

maxsus qo'shma dastur yoki loyihani amalga oshirish bo'yicha kelishuv borasida muzokaralar olib boradi.

Toshkent xalqaro sayyohlik ko'rgazmasi doirasida eng yaxshi sayyohlik yo'nalishi taqdimoti, turizm yo'nalishidagi eng yaxshi kompaniya va mehmonxona, taqdimoti, eng yaxshi ko'rgazma stendi, tematik bo'lim va turistik imkoniyatlar, eng yaxshi hududiy taqdimot, eng yaxshi servis, eng yaxshi dizayn kabi qator yo'nalishlarda tanlovlar bo'lib o'tdi.

Shuningdek, ko'rgazmada «Turizm sohasida ijtimoiy hamkorlik: ta'lim va ish bilan ta'minlash» mavzuida xalqaro forum o'tkazildi. Ayni paytda mamlakatda turizm industriyasi uchun zamonaviy mutaxassislar yetishtirib beradigan 5 ta oliy o'quv yurti, jumladan, Singapur menejmentni rivojlantirish institutining Toshkent filiali va 11 kasb-hunar kolleji faoliyat ko'rsatmoqda. «O'zbekturizm» M.K.ning Respublika ilmiy-o'quv konsalting markazi tomonidan gidlar, turoperator va mehmonxona xo'jaligi xodimlari tayyorlanmoqda. Ushbu ko'rgazmada «O'zbekturizm» M.K., Respublika ilmiy-o'quv konsalting markazi, O'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi markazi, O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi deputatlari, tegishli vazirlik va idoralar, olim va mutaxassislar qatnashdi.

19.2. O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanish dynamikasi

Bozor iqtisodiyoti sharoitida O'zbekistonda xalqaro turizm sohasini rivojlantirish uchun qulay imkoniyatlar va shart-sharoitlar yuzaga kelganligi, turizmning respublika iqtisodiyotiga yanada integratsiyalashuvi, mamlakat iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Jahon iqtisodiyoti tajribalaridan ma'lumki, xalqaro turizm sohasi mamlakat byudjeti uchun zarur bo'lgan valyuta tushumini ta'minlash, yangi ish joylarini vujudga keltirish va shu bilan birgalikda aholining turmush darajasini ko'tarish

uchun xizmat qiladi. Respublikamiz xalqaro turizm sohasidagi imkoniyatlarining kattaligi bilan qo‘shni mamlakatlardan tubdan farq qiladi.

O‘zbekistonning geografik o‘rni, nihoyatda qulay, tabiiy iqlim sharoitiga ega ekanligi, insoniyat madaniy taraqqiyotida ham katta o‘rin tutadi. O‘zbekiston betakror, ajoyib tarixiy arxitektura yodgorliklari, shirin-shakar mevalari, xilma-xil milliy taomlari, ajoyib milliy an‘analari, urf-odatlariga ega bo‘lgan mehmondo‘st xalqiga ega. Bularning barchasi chet ellik turistlar e‘tiborini o‘ziga tortadi va ularni O‘zbekistonga yana qayta kelishiga undaydi.

Xalqaro turizmni rivojlantirishda O‘zbekistondagi siyosiy barqarorlik, tinchlik- totuvlik muhim ahamiyatga ega bo‘lmoqda. O‘zbekiston Respublikasiga 2009–2014-yillarda tashrif buyurgan fuqarolarning oqimi qo‘yidagi 19.1-jadvalda ifodalangan.

19.1-jadval

O‘zbekiston Respublikasiga 2009-2014-yillarda turistik maqsadlarda tashrif buyurgan fuqarolarning mamlakatlar bo‘yicha taqsimoti
(rasmiy ravishda deklaratsiyadan o‘tganlar, kishi hisobida)

Davlatlarning nomi	2009y	Ulushi % da	2014 y.	Ulushi % da	2014 yilda 2009 yilga nisbatan o‘shish sur‘ati (%)
MDH mamlakatlari					
Qozog‘iston	13683	8,22	15919	10,2	116,3
Tojikiston	10568	6,35	4908	3,1	46,5
Qirg‘iziston	8587	5,16	5257	3,3	61,2
Turkmaniston	5595	3,36	5325	3,4	95,1
Rossiya	33690	20,23	34870	22,3	103,5
Uzoq chet el mamlakatlari					
Turkiya	15393	9,24	19675	12,6	127,7
Janubiy Koreya	12947	7,78	12817	8,2	99,0
Hindiston	4579	2,75	16839	10,7	367,7
Afg‘oniston	450	0,27	889	0,6	197,5
Xitoy	5726	3,44	5039	3,2	88,0
Germaniya	8338	5,01	5872	3,7	70,4

Fransiya	9824	5,90	5672	3,6	57,7
Eron	2250	1,35	1393	0,9	62,0
Pokiston	3775	2,27	3 254	2,1	86,2
Italiya	6031	3,62	3087	2,7	51,2
Chexiya	1381	0,83	1430	0,9	103,5
Isroil	2822	1,69	2 250	1,4	79,7
Yaponiya	3246	1,95	2340	1,5	72,0
Buyuk Britaniya	2001	1,20	1391	0,8	69,5
Tailand	729	0,44	736	0,6	100,9
AQSH	961	0,58	765	0,5	79,6

*Manba:*O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasidan olingan ma’lumotlar asosida muallif tamonidan tayyorlangan.

Tashrif buyurgan fuqarolar oqimlarining tarkibiy tuzilishi to‘g‘risidagi ma’lumotlarning tahlili bo‘yicha O‘zbekiston uchun ustuvor tashqi turizm xizmat bozorlari MDH mamlakatlaridan Qozog‘iston, Qirg‘iziston, Tojikiston, Rossiya va Turkmaniston davlatlari hisoblanadi, uzoq chet el mamlakatlardan esa Turkiya, Hindiston, Janubiy Koreya, Germaniya, Fransiya, Italiya va boshqa mamlakatlarni ko‘rsatish mumkin. Tadqiqot davrida (2009-2014-yillarda) MDH mamlakatlaridan O‘zbekistonga fuqarolar tashrifining 2009-yilga nisbatan 2014-yilda foiz hisobida o‘sishi bo‘yicha Rossiya birinchi o‘rinda bo‘lsa (22,3%), Qozog‘iston (10,2 %) va Turkmaniston (3,4 %) keyingi o‘rinlarni egallaydi.

Turizm sohasi rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy taraqqiyotining kuchli katalizatori bo‘lib, chet el valyutasi va sarmoyalar oqimini ta’minlaydi, unga yaqin sohalarning tez o‘shishiga ko‘mak beradi, aholi bandligi muammolarini hal etishda yordam beradi va mamlakatning dunyo hamjamiyatidagi obro‘sin oshiradi. Boshqa sohalar bilan qiyoslaganda ancha kam sarf – harajat bilan turizm sohasida katta valyuta miqdori kelib tushishini ta’minlashi mumkin.

Xalqaro turizm jahon iqtisodiyotida yuqori daromadli va jadal rivojlanib boruvchi sohalardan hisoblanib, xalqaro ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy aloqalarni mustahkamlashda muhim o‘rin egallamoqda. Oxirgi yillar ichida jahon moliyaviy-

iqtisodiy inqirozi davom etayotgan bo'lishiga qaramay, turizm xizmatlari yuqori iste'mol talabi va yetarlicha barqarorligini saqlab qolmoqda.

Jahon amaliyotining ko'rsatishicha, turizm tarmog'ining rivojlanishi, yuqori samaradorlikning rag'batlantirilishi iqtisodiyotning muhim sektorlarini, ya'ni transport, aloqa, qurilish, savdo, qishloq xo'jaligi, iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish, mashinasozlik va boshqalarning o'sishiga olib keladi.

Dunyo tajribasiga nazar soladigan bo'lsak, rivojlangan bozor iqtisodiyoti nafaqat bozorning ishlab chiqarish va tovar almashtirish omillarini, balki turli xil xizmatlar bozorini ham o'z ichiga oladi. Zamonaviy iqtisodiyotning asosiy harakatga keltiruvchi kuchi xizmat ko'rsatish sohasi bo'lib hisoblanadi.

Hozirgi kunda xalqaro turizm jahon iqtisodiyotining yirik yuqori daromad keltiruvchi va barqaror rivojlanib borayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. BMTning Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) va Xalqaro valyuta fondi ma'lumotlariga qaraganda, turizm industriyasi 2000-yildan boshlab jahonda eksport qilinadigan xizmatlar, tovarlar va xizmat ko'rsatish bo'yicha avtomobilsozlik, kimyo va oziq-ovqat sohalarini ortda qoldirib, yetakchi o'rinni egallab kelmoqda. Tarmoqning yillik pul aylanmasi 900 milliard AQSH dollarini tashkil etadi. Ushbu tarmoq dunyo bo'yicha 195 million kishini ish bilan ta'minlaydi, bu esa, jahon bo'yicha 8% aholi turizm sohasida ish bilan band bo'lganini ko'rsatadi. Har yili 935 milliondan ortiq turistlar dunyo bo'ylab sayohat qilishadi. Jahon turizm tashkiloti mutaxassislari hisob-kitoblariga ko'ra, jahon bo'yicha turistlar oqimi yiliga 4-5 % o'sishi kuzatilmoqda.

Turizm sohasi dunyoning boshqa mamlakatlari singari O'zbekistan iqtisodiyoti uchun ham muhim soha hisoblanadi. Ushbu soha mamlakat byudjetiga xorijiy valyuta oqimini ta'minlaydi, faqat 2013-yilda sayyohlik xizmatlari eksporti hajmi 615 million dollardan ziyodni tashkil etdi.³⁰

³⁰ Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ислом Каримовнинг БМТ Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгаши 99-сессиясининг очилиш маросимидаги нутқи. // Моҳият.2014, 3 октябрь №40.

**Butunjahon turistik oqimi dinamikasi va turizmdan keladigan
valyuta tushumi**

Yillar	Kelgan turistlar soni (mln. kishi)	Xalqaro turizmdan keladigan tushum (mlrd. \$)
1995	534	405
1996	567	436
1997	593	448
1998	610	440
1999	632	455
2000	678	475
2001	678	466
2002	698	485
2003	689	532
2004	760	634
2005	805	680
2006	851	745
2007	911	860
2008	929	944
2009	894	855
2010	952	930
2011	996	1,042
2012	1,035	1,075
2013	1,087	1,4
2014	1,133	1,5

Manba: Butunjahon turizm tashkiloti ma'lumotlari asosida muallif tamonidan tayyorlangan

19.2-jadvaldan ko'rinib turibdiki, keyingi o'n yilda jahon turistik oqimi doimiy o'sish surati kuzatilgan: 2000-yildan 2014-yilgacha turistik tashriflar soni 678 mln.dan 1,133 mln.gacha o'sgan. Turizm sohasidan olingan daromadlar esa 2000 yilda 475 mlrd. dollar bo'lgan bo'lsa, 2014-yilda 1,5 trl. dollarni tashkil qilgan. Bu shundan dalolat beradiki, turizm xizmatlar bozorining jahon iqtisodiyotidagi ulushi tobora oshib bormoqda.

O'zbekistonga keluvchi xorijiy turistlarning aksariyati Toshkent-Samarqand-

Buxoro-Xiva yo‘nalishi bo‘yicha sayohat qiladilar. Chunki, O‘zbekiston turizm infratuzilmasi aynan shu manzilgohlarda yaxshiroq rivojlangan hamda Buyuk Ipak yo‘liga taalluqli ko‘pgina ob‘ektlar aynan shu joylarda saqlanib qolgan (O‘zbekistonga guruhlarda tashrif buyuruvchi turistlarning aksariyati Buyuk Ipak yo‘li yo‘nalishi doirasi harakatlanadilar). Shuningdek, Surxondaryo, Qashqadaryo va Farg‘ona vodiysi viloyatlarida ham turistlarni jalb etishi mumkin bo‘lgan ko‘plab muhim turistik jozibador manzillar mavjud bo‘lsada, turistik infratuzilmaning rivojlanmagani turistlarni bu yerga kelishiga tusqinlik qilar edi. Bu kabi kamchilarni bartaraf etish maqsadida hukumatimiz tomonidan Qamchiq dovonidan o‘tiluvchi yo‘l qayta ta‘mirlandi, Surxondaryoga Samarqanddan va Toshkent shahridan Buxoro va Samarqand shaharlariga turistlarni tashish uchun yangi elektrlashgan temir yo‘l qurildi, bu joylarda ko‘plab turistik mehmonxonalar bunyod etilmoqda.

O‘zbekistonga keluvchi turistik sayohatlarning soni o‘shishiga salbiy ta‘sir etishi mumkin bo‘lgan ba‘zi hollar bartaraf etib borilmokda:

- O‘zbekiston to‘g‘risidagi dastlabki va so‘nggi taassurotlarni qoldiruvchi bojxona xizmati xodimlarining sayohatchilar bilan bo‘lgan muomala madaniyati yaxshilandi;

- mehmonxonalarga tayyorlanayotgan taomlar zamonaviy talablarga javob bera boshladi;

- O‘zbekiston ichidagi mehmonxona xizmatlari narxlarining asosiy raqobatchilarimizga nisbatan qimmatligi, transport narxlarining yuqori hollari kamaytirib borilmoqda;

- turistik esdalik uchun harid qilinadigan milliy suvenirlarimizning xilma xilligi oshirilib, yo‘qolib ketgan bir qator hunarmandchilik turlari tiklandi va qayta tashkil etildi;

- targ‘ibot masalalariga yetarlicha e‘tibor berilib, xorijiy fuqarolarning O‘zbekiston to‘g‘risidagi ma‘lumotlarining chegarasi kengaytirib bormoqda, bunda

ayniqsa, Germaniya va Italiyalik biznes hamkorlarning vositachiligidan samarali foydalanilmoqda;

– turistlar ixtiyoriga taklif etilayotgan tovar va xizmatlarning sifati narxiga moslashtirib borilmoqda.

Yuqorida sanab o‘tilganlarni bartaraf etish bilan birgalikda, ko‘rsatilayotgan turistik xizmatlarning sifatli bo‘lishiga harakat qilinmoqda. Shuningdek, chet ellarda O‘zbekiston turizmini reklama qilishda barcha turistik korxonalarning tashviqot-targ‘ibot ishlari raqobatchilardan farq qiluvchi umumiy mavzu ostida birlashtirilishi O‘zbekistonning xalqaro turizm bozorida o‘z o‘rnini mustahkamroq egallashiga yordam beradi. Buning uchun o‘zimiz egalik qilayotgan turistik resurslarimizni yana bir bor qaytadan chuqur o‘rganib chiqish, ulardan samarali va barqaror foydalanish yo‘llarini aniqlash va shu asosida Milliy turistik brendni ishlab chiqish shart bo‘lib qolmoqda. Shu sababli, «O‘zbekturizm» Milliy Kompaniyasi tomonidan o‘lkamiz turistik resurslari o‘rganib chiqilib, turistik resurslarimizning maxsus kadastri yaratilmoqda. O‘zbekiston turizmini rivojlantirish uchun xizmat qila oladigan resurslarining anchasi hali ochilmagani katta imkoniyatlar mavjudligini ko‘rsatadi.

O‘zbekistonda bozor munosabatlari sharoitida xalqaro turizmni rivojlantirish chora-tadbirlari davlat tomonidan belgilangan bo‘lib, iqtisodiy aloqalarni yanada rivojlantirish uchun turli bitimlar, kelishuvlar amalga oshirilgan va oshirilmokda. Bugungi kunda xalqaro turizmni rivojlantirishda amalga oshirilishi lozim bo‘lgan ishlar qo‘yidagilardan iborat bo‘lmoqda:

- xalqaro turizmda kichik tadbirkorlik faoliyatidan keng foydalanish va xalqaro bozorlarga chiqishga intilish;
- mahalliy axborot agentliklari orqali rivojlangan mamlakatlarni O‘zbekistonning turistik imkoniyatlari bilan yaqindan tanishtirishga harakat qilish;
- turizm sohasida ishlaydigan mutaxassislarni chet ellarda bir yilda kamida bir marta malaka oshirishga y

- uborish, o'qitish, ular uchun barcha imkoniyatlarni yaratib, turistlarga sifatli xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yish;
- respublikamiz vakillarining Yevropa mamlakatlarida o'tkaziladigan turistik yarmarkalarda doimiy ravishda ishtirok etishini ta'minlash;
- xalqaro turistik tashkilotlar bilan axborot almashishni yaxshilash, birgalikda faoliyat yurita oladigan davlatlar bilan qo'shma korxonalar tuzish va ular faoliyatini keng yo'lga qo'yish;
- ichki turistik bozorda o'zaro raqobatni yanada kuchaytirish va boshqa tadbirlarni amalga oshirish muhim ahamiyatga egadir.

Xalqaro turizmni rivojlantirish O'zbekiston iqtisodiyoti uchun g'oyatda zarur bo'lib, uning imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda turizm sohasi orqali aholining moddiy farovonligini yaxshilash, ularni doimiy ish bilan ta'minlash maqsadida yangi ish o'rinlarini tashkil qilish lozim bo'lmoqda.

O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning rivojlanishi, unga bo'lgan munosabatning ijobiy tomonga siljishi bilan belgilanmoqda. Respublikamiz sharoitida, ayniqsa kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda turizmning imkoniyatlari boshqa sohalarga qaraganda juda katta bo'lib hisoblanadi. Shu tufayli respublikadagi iqtisodiy barqarorlik va bozor iqtisodiyotiga bosqichma-bosqich o'tish jarayoni tadbirkorlarga keng yo'l ochishi bilan birga, uni jadal rivojlantirish imkoniyatlarini tug'dirmoqda. Jahondagi har bir davlatning iqtisodiy yuksalishida asosiy omillardan biri tinchlik, osoyishtalik, barqarorlik va ijtimoiy adolatdan iboratdir. O'zbekiston hozir Markaziy Osiyo mintaqasidagi iqtisodiyoti barqaror rivojlanib borayotgan davlatlardan biri bo'lib, o'ziga xorijiy investorlarni, ishbilarmonlarni va turistlarni jalb qiluvchi hududlardan biri hisoblanadi.

O'zbekistonning jahon turizm bozoridagi salohiyatiga baho beradigan bo'lsak, uning Markaziy Osiyo davlatlari ichida eng yuqori imkoniyatlarga ega ekanligini ko'ramiz, bu haqida respublika hududida mavjud bo'lgan to'rt mingdan ortiq qadimiy me'morchilik, monumental san'at yodgorliklari dalolat beradi. O'zbekiston tarixiy me'morchilik yodgorliklarning umumiy soni bo'yicha

jahondagi yetakchi o‘nta mamlakatlar qatoriga kiritilib, to‘rtta yirik shaharlari Samarqand, Buxoro, Xiva va Shahrizabz YUNESKO tomonidan jahon madaniyati yodgorliklari markazi sifatida tan olingan va xalqaro tashkilot tomonidan muhofazaga olingan.

Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirishda tarixiy-madaniy obidalar bilan bir qatorda dam olish va madaniy hordiq chiqarish uchun xizmat qiladigan turistik ob’ektlarning ham mavjudligi muhim ahamiyat kasb etmoqda.

20- mavzu. TURIZM XIZMATLARINI LITSENZIYALASHTIRISH, SERTIFIKATLASHTIRISH VA STANDARTLASHTIRISH

Reja:

20.1. Turistik korxonalarga litsenziya olish uchun davlat tomonidan oʻrnatilgan talablar

20.2.«Oʻzbekturizm» Milliy Kompaniyasining litsenziyalarni tekshirish jarayonidagi huquqlari

20.3. Turizmda sertifikatlashtirishning turlari

20.4. Sertifikatlashtirishda davlat standartlaridan foydalanish

20.5.Turizmda standartlashtirish jarayonining mazmuni va mohiyati

20.1. Turistik korxonalarga litsenziya olish uchun davlat tomonidan oʻrnatilgan talablar

Oʻzbekistonda turizm faoliyati litsenziyalanadi, hamda bu jarayonni oʻtkazish mexanizmi tegishli meʼyoriy hujjatlar va qonun bilan belgilangan. Turizm biznesini tashkil etish uchun rasmiyatchilikni oʻziga xos xususiyatlarini bilish zarur, jumladan, litsenziyalash sohasini va boshqa ruxsatnoma xilidagi hujjatlarni mukammal bilish talab etiladi. Qonunga koʻra litsenziya berish va uni bekor qilish yoki uning faoliyatini toʻxtatib qoʻyish, kabi harakatlar Vazirlar Mahkamasining Komissiyasi tomonidan qaror qabul qilinadi, uning bu boradagi ishchi organi funksiyasini «Oʻzbekturizm» M.K bajaradi. Bunda asosiy talab–litsenziya tadqiqotchilari faqatgina yuridik shaxs boʻlishi shart. Turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi doimiy muddatga berilishi mumkin.

Litsenziya olish uchun davlat tomonidan oʻrnatilgan talablar qoʻyilgan boʻlib, ular qatoriga qoʻyidagilar kiradi:

- turizm toʻgʻrisidagi qonunga, turizm sohasidagi Oʻzbekiston Respublikasi standartlari va xalqaro standartlarga majburiy ravishda rioya qilish;

- huquqiy shaxs shtatida turizm sohasida maxsus ta'lim olgan yoki turizm sohasida 3 yildan kam bo'lmagan ish stajiga ega bo'lgan, kamida bitta xodimning bo'lishi. Shu tarzda turizm korxonasi tegishli bilim, malaka, ko'nikmaga ega bo'lgan soha mutaxassislari bilan aks ettirilishi zarur;

- yangi texnologiyani va boshqaruv tajribasini joriy etish bilan bog'liq bo'lganligi sababli sayohatlarni, ekskursiyalarni tashkil etish va ular bilan bog'liq xizmatlar bilan bevosita band bo'lgan huquqiy shaxs xodimlari har 3 yilda kamida 1 marta malakasini oshirish zarur;

- shakllangan nizom jamg'armasida oilaviy tadbirkorlik uchun faqat mehmonxona xizmatlarini ko'rsatishda eng kam ish xaqining 10 barobar miqdorida, ichki turizm turoperatorlik xizmatini ko'rsatish uchun eng kam ish xaqining 50 barobar miqdorida va barcha turdagi turizm faoliyat bilan shug'ullanuvchilarga eng kam ish xaqining 400 barobaridan kam bo'lmagan miqdorida bo'lishi kerak;

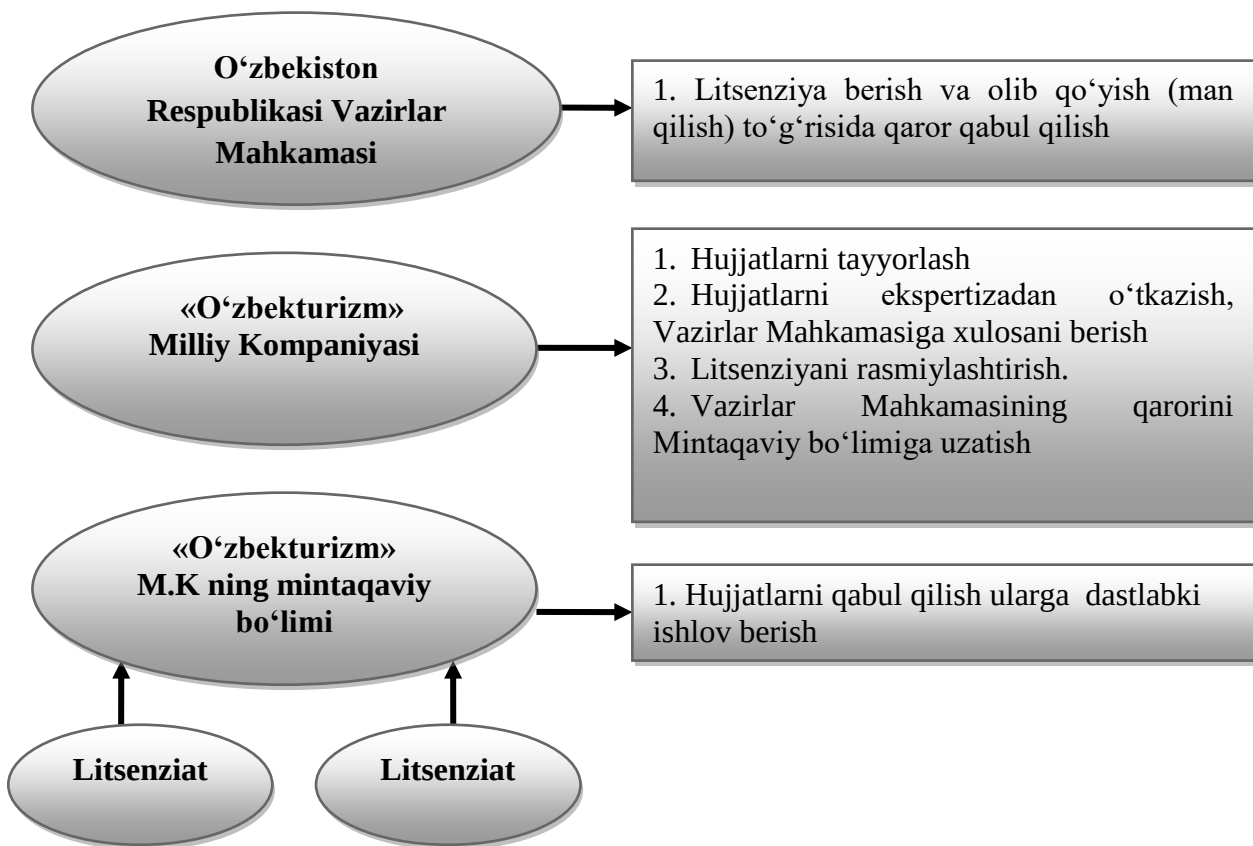
- mijozlar bilan ishlash va turmahsulotni ishlab chiqish mos ravishdagi ishchanlik muhitini talab etishi sababli xususiy yoki ijaraga olingan xizmat binosida tegishli jihozlarning mavjudligi;

- taqdim etiladigan turizm xizmatlariga muvofiqlik sertifikatlarining mavjudligi, chunki bu har qanday turga qonuniy tus berish va xavfsizlik talablari bilan bog'liqdir;

- turizm xizmatlarini faqatgina mijoz bilan O'zbekiston Respublikasi qonunlari talablariga mos ravishda shartnoma tuzilgandan keyingina ko'rsatish mumkin. Boshqa holatlarda shartnoma huquqiy kuchga ega bo'lmaydi va sud orqali bekor qilinishi mumkin;

- chet el davlatlariga tashrif buyurish, chiqish, kirishni o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida, turistik tashrif vaqtida va har bir aniq davlatga tashrif buyurishni boshqa qoidalarini o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida mukammal ma'lumotlarni belgilangan tartibda har bir turistga yetkazish;

- mijozga ish tartibi to'g'risida, uning huquqiy manzili, litsenziyaning mavjudligi, majburiy sertifikatlashga tortiladigan xizmatlar uchun sertifikatlarning mavjudligi, turizm faoliyatini aniq yo'nalishlarini yuritish uchun javobgor bo'lgan lavozimli shaxslarning familiyasi, ismi, sharifi haqida to'la ma'lumot berish;
- turistlar xavfsizligini ta'minlash, jarohatlanganda, betob bo'lganda va boshqa holatlarda tibbiy hamda boshqa birinchi yordam ko'rsatish tizimining mavjudligi.



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

Litsenziya olish uchun tegishli zaruriy hujjatlarni tayyorlashga to'g'ri keladi ularga qo'yidagi ma'lumotlar kiradi:

- huquqiy shaxsni tashkiliy – huquqiy shakllari hamda nomi uning joylashgan manzili (pochta manzili), huquqiy shaxsning amalga oshirishni mo'ljallagan faoliyat turini litsenziyalanadigan bank muassasasining hisob – kitob

raqami va bank muassasining nomi, ko'rsatilgan faoliyat turini amalga oshirish muddatlari ko'rsatilgan litsenziya berish to'g'risidagi **arizasi**;

- huquqiy shaxsni davlat ro'yxatidan o'tganligi to'g'risida guvohnomaning notariusdan tasdiqlangan nusxasi;

- litsenziya tadqiqotchisi tomonidan litsenziya tadqiqotchisining arizasini ko'rib chiqish uchun 5 karra minimal ish haqqi miqdorida litsenziya yig'imlarini o'tkazganligini tasdiqlovchi **hujjat**. Agar tadqiqotchi tomonidan berilgan ariza rad qilingan holatlarda to'langan summa qaytarilmaydi;

- litsenziya tadqiqotchisining binodan foydalanish huquqini tasdiqlovchi hujjatlar hamda «O'zbekturizm» MK vakillari tomonidan tuzilgan komissiyaning binoni, moddiy – texnikaviy jihozlangani, faoliyat turini litsenziyalash talablariga javob berishini tasdiqlovchi va uni ko'zdan kechirganligi haqidagi **hujjati**;

- shakillantirilgan nizom jamg'armasi miqdori to'g'risida **bank ma'lumotnomasi**;

- mutaxassislarga turizm sohasidagi ish staji yoki maxsus ta'limning mavjudligini tasdiqlovchi **hujjat** (diplom yoki mehnat daftarchasining nusxasi, ishga qabul qilish to'g'risida buyruq);

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

«O'zbekturizm» MK tomonidan qarorlarni qabul qilish jarayoni qat'iy aniq belgilangan vaqtda amalga oshiriladi, lekin amaliyotda ba'zan ayrim kechikishlar ham kuzatiladi. Shunga qaramasdan litsenziya berish yoki berishni rad etish to'g'risidagi qarori litsenziya tadqiqotchisi tomonidan barcha zaruriy hujjatlarni ariza bilan birgalikda taqdim etgandan so'ng 30 kundan ortiq bo'lmagan muddatda qabul qilinadi.

Ekspertlarni fikriga qaraganda, bu huquqni muhofaza qilish organlarining, moliyaviy va soliq xizmatlarining o'z sohalari bo'yicha zaruriy tekshirishlari bilan bog'liqdir. Masalan, turizm sohasidagi faoliyat uchun litsenziya firma – egalari (rahbarlari) to'g'risida ma'lumotlar jo'natiladigan muassasalar ro'yxatiga Milliy

xavfsizlik xizmati, Ichki ishlar Vazirligi (IIB), Tashqi ishlar Vazirligi, Tashqi iqtisodiy aloqalar agentligilari kiradi.

Har qanday holatda «O‘zbekturizm» MK 15 kun muddat ichida, taqdim etilgan hujjatlar bo‘yicha ekspert xulosalarini tayyorlaydi, hujjatlarni ko‘rib chiqadi hamda litsenziyani berish yoki (bermaslik) uni rad etish to‘g‘risidagi takliflarini komissiyaga tasdiqlash uchun tegishli qaror qilinganligi haqida qaror bayonnomasini tasdiqlaydi.

Undan so‘ng natijalar to‘g‘risida Milliy kompaniya uch kun muddat ichida tadqiqotchini xabardor qiladi, ya’ni unga bank rekvizitlari ko‘rsatilgan holda yozma shaklda bevosita taqdim etadi yoki jo‘natadi (unda davlat bojini to‘lash muddati va hisob raqamlari aks etishi kerak). Bir vaqtning o‘zida tadqiqotchiga litsenzion kelishuvni imzolash uchun jo‘natadi. Shuni qayd qilish kerakki, agar 3 oylik muddat ichida yuqorida qayd qilingan litsenziat kelishuvi tuzilmasa va davlat boji to‘lanmagan holatlarda hukumat komissiyasi litsenziyani bekor qilish to‘g‘risida qaror qabul qilish huquqiga ega.

Quyida O‘zbekistonda «O‘zbekturizm» MK ning ishchi organi orqali turizm litsenziyasini rasmiylashtirish jarayoni va bosqichlari 20.2-rasmda ko‘rsatilgan.

BOSQICHLAR**SUB'EKTLAR****TADBIRLARNI IJRO ETISH MUDDATLARI****1bosqich**

Tadqiqotchi –
huquqiy shaxs

1.Turizm faoliyatini litsenziyalash to'g'risidagi Kursatmada ko'zda tutilgan tegishli litsenziya olish uchun zaruriy hujjatlarni tayyorlaydi
2. Pochta aloqasi orqali ularni olish to'g'risidagi bildirish xati bilan yoki bevosita xujjatlarni «O'zbekturizm»MK ishchi organiga taqdim etiladi

Tadqiqot
chining
xohishi
bo'yicha

2bosqich

Ishchi organ
(«O'zbekturizm»MK)

1. Litsenziya olish uchun taqdim etilgan hujjatlar ishchi organning javobgar shaxsi tomonidan qabul qilinadi, uning nusxasi hujjatlarni qabul qilingan vaqti ko'rsatilib buyurtmachiga taqdim etiladi.
2. Ekspert xulosalarini tayyorlaydi va komissiyaga taqdim etish uchun qaror loyihasiga mos ravishda tadqiqotchiga litsenziyani berish yoki berishni rad etish to'g'risidagi takliflarini kiritadi.
3.Hujjatlarni ko'rib chiqadi va litsenziyani berishni rad etish uchun asos bo'lib xizmat qiladigan sabablar bartaraf etilgandan keyin tadqiqotchi tomonidan hujjatlarni qayta taqdim etish holatlarida xulosalar tayyorlaydi

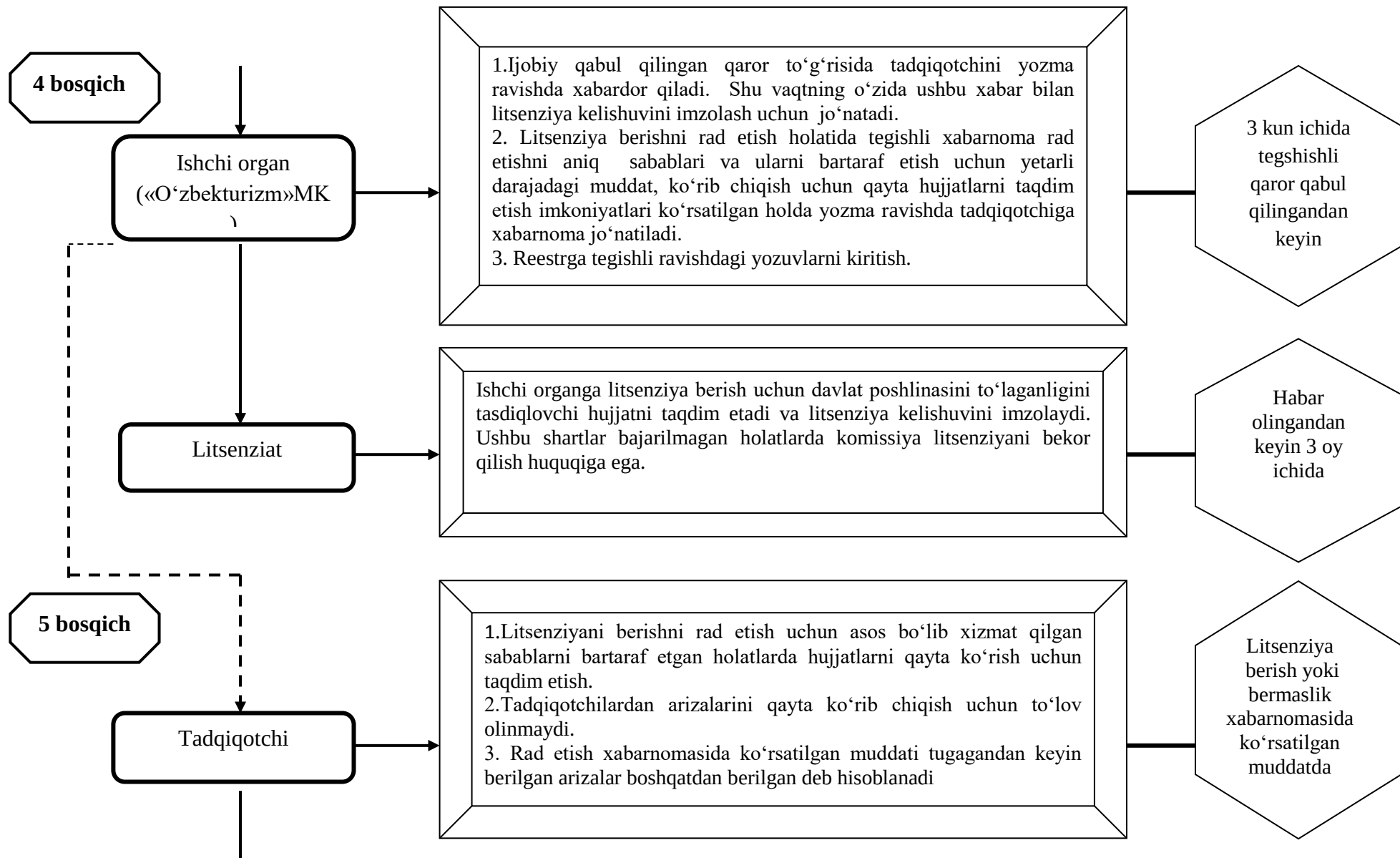
1. Xujjatlar qabul
qilingan kun
2. Ariza olingan
kundan keyin 15 kun
muddat ichida
3. Xujjatlarni qayta
topshirgandan keyin
5 kun ichida

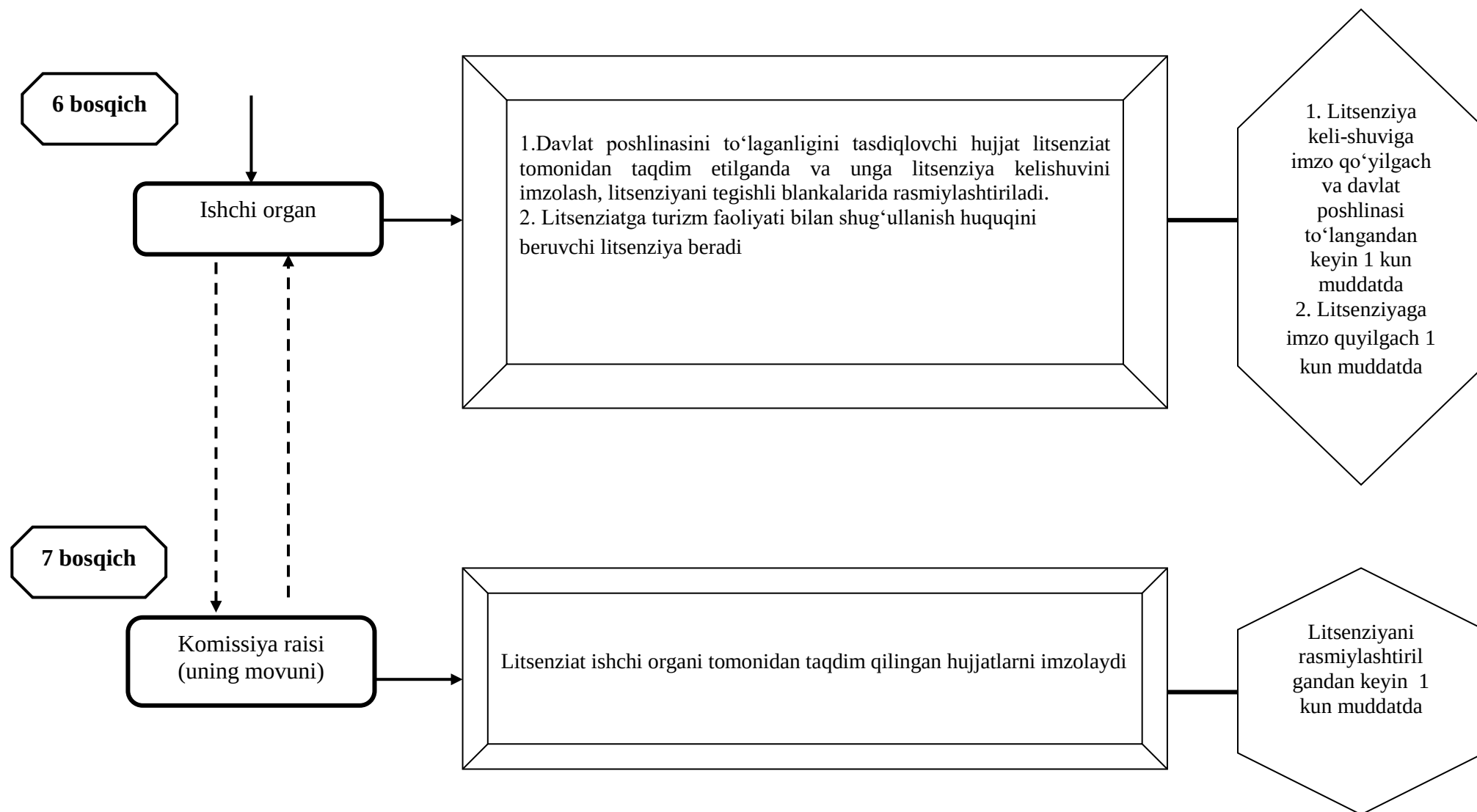
3 bosqich

Komissiya

1.Ishchi organ taklifini ko'rib chiqadi va qaror bayonnomasini tasdiqlaydi.
2.Bayonnomani komissiya raisi (uning movuni) imzolaydi

1. Ekspert
xulosasi topshi-
rilgandan ke-yin
15 kun muddat
ichida





20.2-rasm.O'zbekistonda «O'zbekturizm» MK ning ishchi organi orqali turizm litsenziyasini rasmiylashtirish jarayoni va bosqichlari

20.2. «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasining litsenziyalarni tekshirish jarayonidagi huquqlari

Litsenziat tomonidan litsenziya talablari va shartlariga rioya qilishni nazorat qilish qonunda belgilangan tartibda «O‘zbekturizm» M.K tomonidan amalga oshiriladi. Bunda «O‘zbekturizm» M.K quyidagi huquqlarga ega:

- litsenziatni litsenziya talablari va shartlariga rioya qilinishini rejali tekshiruvi va litsenziat tomonidan ushbu holatlarda buzilish faktlari mavjud bo‘lganda rejadan tashqari tekshiruvlarni o‘tkazadi;
- litsenziya talablari va shartlariga rioya qilishni tekshirishni o‘tkazishda tug‘iluvchi masalalar bo‘yicha zaruriy ma’lumotlarni so‘rash hamda olishga;
- tekshirish natijalari asosida litsenziatni litsenziya talablari va shartlarini aniq buzilishlarini ko‘rsatgan holda akt yoki ma’lumotnoma tuzadi.
- aniqlangan kamchiliklarni litsenziatga bartaraf etish majburiyatini yuklovchi bunday buzulishlarni bartaraf etish muddatlarini belgilovchi qarorni chiqarishga;
- litsenziya harakatini to‘xtatib qo‘yish, ta’qiqlash yoki bekor qilish to‘g‘risida masalani Komissiyada ko‘rib chiqish uchun taqdim etadi.

«O‘zbekturizm» M.K turizm faoliyatiga litsenziya reestrini yuritadi, uning ma’lumotlari jismoniy va huquqiy shaxslar uchun ochiq hisoblanadi (20.1-jadval).

Beriladigan litsenziyalarda turistlarga xizmat ko‘rsatish sifati va darajasini hisobga olgan holda ikki turning indeksatsiyasi amalga oshiriladi:

- **CH– chet el turizmi;**
- **M– milliy turizm.**

**«O‘zbekturizm» M.K va litsenziatning ayrim rasmiyatchiliklarining
mazmuni va maqomi**

Maqom	Mazmuni
Litsenziya kelishuvi	– kelishuvni imzolagan mansabdor shaxsning familiyasi, ismi va sharifi; – tomonlarning rekvizitlari; – litsenziya beriladigan faoliyat turining nomi; – litsenziatga qo‘yiladigan litsenziya talablari va shartlarini buzganlik uchun tomonlar javobgarligi; – litsenziya kelishuvi talablari va shartlarini litsenziatni bajarilishi ustidan ishchi organi tomonidan nazorat tartibi.
Litsenziyalar reestri	– huquqiy shaxs nomi, uning tashkiliy huquqiy shakli, pochta manzili, telefon va faks nomeri; – rahbarning familiyasi, ismi va sharifi; – litsenziya nomeri va berilgan vaqti; – litsenziyani amal qilish muddati; – litsenziyani qayta rasmiylashtirish vaqti va asos, amal qilish muddatini uzaytirish, amal qilishni to‘xtatib qo‘yish va amal qilishni boshqatadan yo‘lga qo‘yish; – litsenziyani ta’qiqlash uchun asos va vaqti (sana); – litsenziyani bekor qilish uchun asos va vaqti (sana); – dublikatni berish sanasi va asos.

20.3. Turizmda sertifikatlashtirishning turlari

Sertifikatlash – bu aholi salomatligini va xavfsizligini ta’minlash maqsadida tayyorlangan korxona mahsulotlari yoki xizmatlari sifatini tartibga solish jarayonidir. Shuni qayd qilish kerakki, sertifikatlash nafaqatgina chetdan kelayotgan import tovar va xizmatlarga, balki mahalliy ishlab chiqariladigan tovar va xizmatlarga ham tegishlidir. Ekspert ma’lumotlari bo‘yicha O‘zbekistonda 2.5 mingdan ortiq tovar va xizmatlar sertifikatlanadi.

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

- inson hayoti, atrof-muhit uchun havfli bo‘lgan mahsulotlarni, huquqiy va jismoniy shaxslar mulkini sotishni nazorat qilish;
- jahon bozorini raqobatbardosh mahsulotlar bilan ta’minlash;
- iste’molchini insofsiz, xizmat ko‘rsatuvchidan va ishlab chiqaruvchidan himoya qilish;
- mahsulotni yaratilgan (kelib chiqqan, ishlab chiqarilgan) manzilini tasdiqlash;
- ishlab chiqaruvchi taqdim etadigan mahsulotlarning xizmatlarning sifat ko‘rsatkichlarini tasdiqlash.

Turizmda sertifikatlash «mahsulot va xizmatlarni sertifikatlash to‘g‘risida»gi qonuni hamda boshqa me’yoriy hujjatlar bilan tartibga solinadi. Uning ob’ektlari bo‘lib, mahsulotlar, xizmatlar hamda sifat tizimlari hisoblanadi. Shuni qayd qilish kerakki, sertifikatlashni ikki turi qo‘llaniladi – **ixtiyoriy** va **majburiy** sertifikatlash.

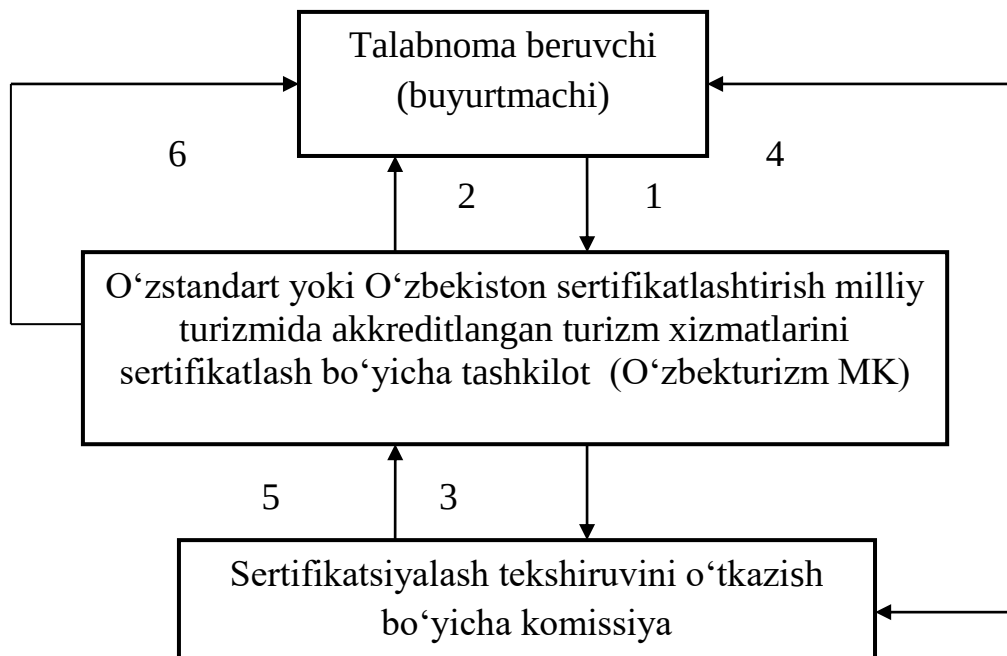
Ixtiyoriy sertifikatlash qo‘yidagi holatlarda qo‘llaniladi, uchinchi shaxslar yoki qo‘shma korxonadagi chet el sheriklari ishlab chiqariladigan tovarlar va taqdim etiladigan xizmatlar uchun qo‘shimcha sertifikatni talab etgan vaziyatlarda foydalaniladi.

Sertifikatlash jarayonining davlat organi bo‘lib, Vazirlar Mahkamasi qoshidagi standartlash, sertifikatlashtirish va metrologiya agentligi (O‘zdavstandart) hisoblanadi. Bundan tashqari, holi bo‘lgan sertifikatlashtirish markazlari, tadqiqot laboratoriyalari, sertifikatni nazorat qilish organlari hamda O‘zdavstandart tomonidan tan olingan yoki akkreditlashga mos ravishdagi turli sertifikatlashtirish funksiyalarini bajaruvchi sifat ekspert-auditorlari ham faoliyat ko‘rsatadi.

Sertifikatlash davomiyligi sertifikatsiyalanadigan mahsulotlar xizmatning kategoriyasiga bog‘liq ravishda 1 kundan to 1 oygacha bo‘lishi mumkin. Mana shu omil sertifikatlashtirish organiga beriladigan hujjatlar soniga ham ta’sir ko‘rsatadi. Turizm korxonalarida bu oltita hujjatdan iboratdir. Turmahsulot marshrut (yo‘nalish) ni sertifikatlashtirish uchun to‘lov miqdori «O‘zbekturizm» Milliy

kompaniyasi tomonidan belgilanadi hamda mutahassisni bir kun davomida sarflangan vaqtiga nisbatan hisoblanadi.

Qo'yidagi 20.3-rasmda turizm xizmatlarini sertifikatlash jarayoni ko'rsatilgan.



20.3-rasm. O'zbekistonda turizm sohasida sertifikatlash jarayonining bosqichlari

Rasmga izoh:

1. Buyurtmachi «O'zbekturizm» M.K ga sertifikatlashni o'tkazish uchun ariza beradi. Sertifikatlash bo'yicha tashkilot uni qabul qiladi va qayd qiladi;

2. «O'zbekturizm» M.K dastlabki tahlil o'tkazish maqsadida mazkur hujjatni (korxona to'g'risida ma'lumotlar – korxona nomi, ustav fondi, rahbari malakaviy darajasini tasdiqlovchi hujjatning nusxasi) faqatgina bir qismini to'ldirish taklifi bilan buyurtmachiga anketa-savolnomalarni jo'natadi (u ariza bilan bir vaqtning o'zida ham taqdim etilishi mumkin). To'ldirilgan anketani olgandan so'ng, «O'zbekturizm» M.K ariza bo'yicha, sertifikatlash sxemasini tanlash bo'yicha qaror qabul qiladi, xizmatlarni tekshirish natijalari jarayonini aniqlaydi, buyurtmachi va «O'zbekturizm» M.K o'rtasida sertifikatlash bo'yicha ishlarni bajarishga shartnomani tayyorlaydi. Agar salbiy qaror qabul qilinsa bu holatda

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

3. Turistik xizmatlarni sertifikatlash bo'yicha ishlarga haq to'lash va imzolangan shartnomani buyurtmachidan olgandan so'ng «O'zbekturizm» MK sertifikatsiya nazoratini o'tkazish bo'yicha komissiyani tuzadi (komissiya kompaniya xodimlaridan va shtatdan tashqari mutaxassislardan tashkil qilinadi) va ishlarni amalga oshirishga kirishadi;

4. Komissiya sertifikatlash nazoratini buyurtmachi anketa-savolnomani ikkinchi qismini to'ldirish taklifi bilan boshlaydi (asosan, korxonani faoliyat ko'rsatishi bilan bog'liq bo'lgan) hamda qator tasdiqlovchi hujjatlarni taqdim etishni suraydi. Turagentlikni sertifikatlashda idora (ofis, ish tartibi, aloqa vositalari va h.k.) litsenziya, turoperatorlar bilan shartnoma, ishchi xodimlar malaka-tajribasini h.k. tekshiradi;

5. Sertifikatsiya tekshiruvini tugagandan so'ng barcha materiallar asosida buyurtmachini sertifikatlashni o'tkazish akti tuziladi;

6. Akti olgandan so'ng, «O'zbekturizm» M.K barcha materiallar ekspertizasini o'tkazadi (akti, ekspert xulosalarini, anketa natijalarini va h.k. ni) hamda imzolangandan so'ng, 10 kun muddat ichida qaror qabul qiladi:

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

Agar buyurtmachi «O'zbekturizm» M.K qaroridan norozi bo'lsa, u O'zdavstandart qoshidagi maxsus komissiyaga appelyatsiya (qayta ko'rish) uchun da'vo qo'zg'atish huquqiga egadir.

20.4. Sertifikatlashtirishda davlat standartlaridan foydalanish

Sertifikatlashni o'tkazishda mos ravishdagi davlat standartlaridan foydalaniladi, jumladan turizm sohasi bo'yicha bular quyidagildardan iborat bo'ladi:

– GOST 30385-95. Aholiga ko‘rsatiladigan xizmatlar. Terminlar va asosiy tushunchalar;

– GOST 28681.1-95. Turizm-ekskursiyaga doir xizmatlar. Turizm xizmatlarini loyihalash;

– GOST 28681.2-95. Turizm-ekskursiyaga doir xizmatlar. Turizmga xos xizmatlar. Umumiy talablar.

– GOST 28681.3-95. Turizm-ekskursiyaga doir xizmatlar. Turistlar va sayohatchilar havfsizligini ta’minlash bo‘yicha talablar;

– GOST 28681.4-95. Turizm-ekskursiyaga doir xizmatlar. Mehmonxonalar klassifikatsiyasi;

– ISO/MEK 2 1996. Yo‘riqnoma. «Standartlashtirish va turli u bilan bog‘liq faoliyat sohalarida umumiy terminlar va tushunchalar».

– RD O‘z 51-026-94. O‘zbekiston Respublikasida sertifikatlashning Milliy tizimi. Appelyatsiyalarni ko‘rib chiqish tartibi;

– RD O‘z 51-053 -96. O‘zbekiston Respublikasida sertifikatlashni Milliy tizimi. Xizmatlarni sertifikatlash. Asosiy qoidalar;

– RD O‘z 51-061-97. O‘zbekiston Respublikasida sertifikatlashni Milliy tizimi. Xizmatlarni sertifikatlashni milliy tizimi. O‘tkazish tartibi.

Shuni qayd qilish kerakki, yuqorida ko‘rsatilgan «Tartib» ko‘rsatilgan xizmatlarni sertifikatlash bo‘yicha ular tomonidan akkreditlangan organlarga hamda turizm faoliyati sub’ektlariga O‘zdavstandartga joriy qilinadi.

Majburiy sertifikatlashga turizm xizmatlarini taqdim etish bilan bog‘liq bo‘lgan faoliyatni amalga oshirishga litsenziyasi mavjud bo‘lgan turizm faoliyati sub’ektlari tomonidan ko‘rsatiladigan turizm xizmatlari tortiladi.

Sertifikatlashni amalga oshirishda ko‘rsatiladigan xizmatlar tavsifi tekshirib ko‘riladi hamda quyidagilarga imkon beruvchi tekshirish usullaridan foydalaniladi:

- xizmatlarni identifikatsiyalash (tenglashtirish, aynan o‘xshatish) ni o‘tkazish, jumladan, klassifikatsiya guruhlanishiga (OKUN) tegishli ekanini tekshirish;

- sertifikatlanadigan turizm xizmatlarini me'yyoriy hujjatlarda belgilangan majburiy talablarga mosligini tasdiqlash.

20.5. Turizmda standartlashtirish jarayonining mazmuni va mohiyati

Standart vakolatli davlat organlari tomonidan tasdiqlangan normalar majmuasini, mahsulot va xizmatlarga bo'lgan qoida va talablarni belgilovchi normativ texnik hujjat bo'lib hisoblanadi. Shuni ta'kidlash kerakki, standartlar nafaqat moddiy ob'ekt (tovarlar, mahsulotlar, xizmatlar, buyum namunalari) balki, normalar, qoidalar, tashkiliy-metodik va umumtexnik harakterdagi ob'ektlar uchun ham ishlab chiqariladi.

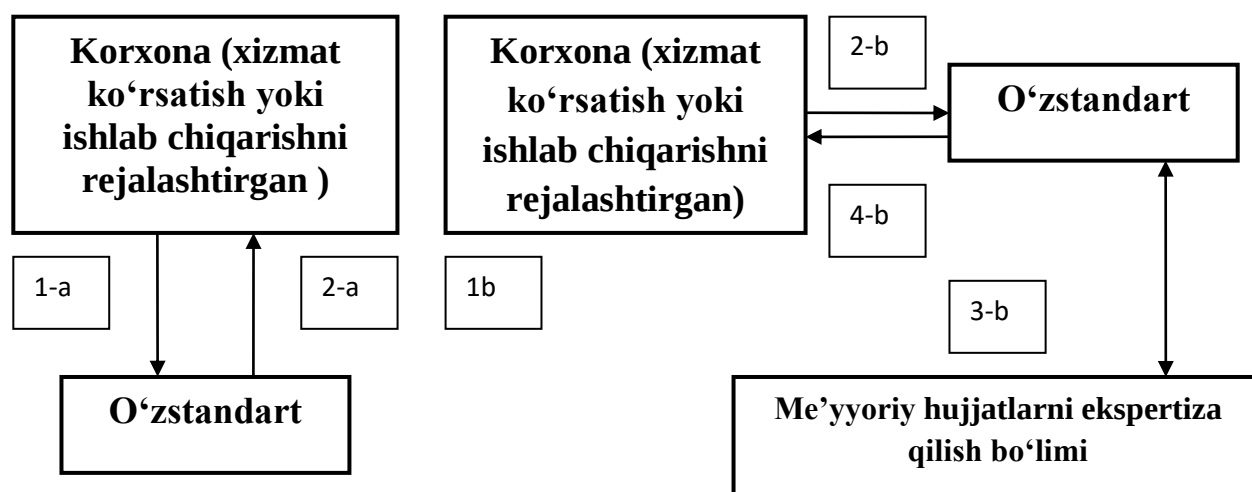
20.2-jadval

Standartlashtirish bo'yicha vakolatli organlar va O'zbekistondagi standartlar toifasi

Standartlashtirish organlari		Standartlashtirishda qo'llaniladigan standartlar toifasi va normativ hujjatlar
Nomi	Funksiyalari	
Standartlashtirish, metralogiya va sertifikatlash bo'yicha O'zbekiston agentligi	Standartlashtirish bo'yicha umumma'muriy va yuridik vakolatlar	– xalqaro (davlatlar va mintaqalar bo'yicha) standartlar; – sanoat turi standartlari;
«O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi	Turistik ahamiyatdagi ob'ektlar standartizatsiyasi	– texnik standartlar, shartlar;
Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi	Atrof-muhit himoyasi va tabiiy resurslardan foydalanish standartlari	– korxona standartlari; – boshqa davlatlarning davlat standartlari; – ma'muriy-hududiy standartlar;
Sog'liqni saqlash Vazirligi	Dori vositalarini ishlab chiqarish va amalga oshirish bo'yicha korxonalar va tibbiy maqsaddagi tovarlar	– O'zbekistonda qo'llanuvchi ta'lim standartlari.

	standarti	
Boshqa sohadagi Vazirliklar va idoralar	Tegishli iqtisodiy sohalar standartlari	

O'zbekistonning Butunjahon Savdo tashkilotiga a'zo bo'lishiga intilishi munosabati bilan, standartlashtirish jarayoni sohalar, korxonalar, va hududlarga yanada ko'proq dahldor bo'lmoqda. Yangi progressiv standartlarga o'tish, turistik firmalarga qiyinchilik tug'dirishi mumkin, chunki ularning ba'zilar haligacha eski texnologik vositalardan foydalanishmoqda, biroq jahon bozorida raqobatbardosh bo'lish uchun unga rioya qilish kerak bo'ladi.



20.4-rasm. Turizm sohasida standartlashtirish jarayonidagi rasmiyatchiliklar

Rasmga izoh:

1-a GOSTga muvofiqlik sertifikat olish uchun, Uzstandartga ariza va zaruriy hujjatlar paketini berish.

2-a O'zdavstandart ariza tushgan vaqtdan boshlab 15 ish kuni davomida uni ko'rib chiqib, qaror chiqaradi: (a) korxona mahsulot ishlab chiqarishni amalga oshirishidagi GOSTni tasdiqlash: (b) rad etish haqida asos. Arizani ko'rib chiqishga tadbirqor boj to'lashi shart.

1-b Korxona O'zdavstandart instruksiyasiga muvofiq o'zining texnik shartlarini (SH) ishlab chiqaradi. SH lar o'z ichiga quyidagilarni olishi kerak: (a)

texnik talablar, (b) havfsizlik talablari, (d) atrof-muhit muhofazasi talablari, (e) qabul qilish qoidalari, (h) sifat nazoratining usullari, (i) tashish va saqlash, (g) ishlab chiqaruvchi kafolatlari, (k) ekspluatatsiya bo'yicha ko'rsatmalar.

2-b Mahsulotni ishlab chiqqandan so'ng, ushbu hujjat ariza bilan birga 3 nusxada o'zbek va rus tillarida O'zdavstandartga topshiriladi.

3-b Ariza va hujjatlar paketi me'yoriy hujjatlar ekspertizasi bo'limiga kelib tushadi va 15 ish kuni ichida materiallar tahlili amalga oshiriladi.

4-b Barcha hujjatlarni ko'rib chiqqandan so'ng, (a) korxona ishlab chiqarishni amalga oshirishiga muvofiq mahsulotning tasdig'i haqida; (b) asosli rad etish haqida O'zdavstandart qaror qiladi. Ekspertizani o'tkazganligi uchun korxona boj to'laydi.

Turizm sohasiga oid standartlar. O'zbekistonda tashkiliy-huquqiy shakllaridan qat'iy nazar, barcha turistik korxonalar tomonidan turistik xizmatlar sifatiga majburiy va tavsiya etiluvchi talablarni belgilovchi standart mavjud. Amaliyotda bu tizim turistning hayoti, sog'lig'i va mulkining xavfsizligini hamda atrof-muhitni qo'riqlashni taminlaydigan turistik xizmatlar sifatiga bo'lgan majburiy talablarini o'z ichiga oladi. Shuni aytish kerakki, turistik xizmatlarga (ekskursiya, poxod, sayohat) va xizmat ko'rsatishi shartlariga bo'lgan talablar majburiy va tavsiyalanuvchilarga bo'linadi. Barcha turistik xizmatlarga majburiy bo'lgan talablar quyidagilar:

- hayot va sog'liq xavfsizligi;
- turist va ekskursantlar mulkining saqlanishi;
- atrof-muhit muhofazasi.

Turist va ekskursantlar hayoti va sog'ligi xavfsizligi. Barcha turistik xizmat turlari iste'molchilar sog'ligi, hayoti va mulki uchun xavfsizlik ta'minlangan bo'lishi kerak. Turistik xizmatlar xavfsizligi normal sharoitda bo'lganidek, favqulodda holatlar (tabiiy ofat va boshqalar) da ham ta'minlanishi kerak. Turistik trassalar ekologik qulay va sanitar-epidemiologik sharoitlari yaxshi bo'lgan hududlarda joylashtirilishi kerak.

Turistik xizmatlarga va xizmat ko'rsatish sharoitlarga talablar.

Ko'rsatilayotgan turistik xizmatlar iste'molchilar uchun qo'shimcha qulayliklarni o'z ichiga oluvchi talablarga mos kelishi kerak. Turistik xizmatlar va xizmat ko'rsatish sohasiga tavsiya qilinuvchi talablar quyidagilar:

- turistik xizmatlar xizmat ko'rsatiladigan iste'molchilar xohishi va jismoniy imkoniyatlariga javob berish kerak;
- ijroning aniq va o'z vaqtida bo'lishi, iste'molchilarga ko'rsatilayotgan turistik xizmatlar hajmi, muddati va xizmat ko'rsatish shartlariga ko'ra, yo'llanma, chipta, kvitansiyada ko'rsatilgan talablarga mos kelishi kerak;
- majmuiylik (komplekslilik) ko'rsatiladigan turistik xizmatlar nafaqat asosiy xizmatlarda balki, qo'shimcha xizmatlardan (maishiy, aloqa, savdo) foydalanish imkonini yaratish kerak;
- xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning odob-axloqligi, xizmat ko'rsatuvchi xodimlar axloq normalariga rioya etishi kerak, xodimlar iste'molchilarga nisbatan, muloyim xushmuomila bo'lishlari kerak;
- qulaylik-turistik xizmatlar iste'molchilar uchun yaratilgan qulay sharoitlarda ko'rsatilishi kerak, bino loyihalari qulay, ratsional jihozlangan bo'lishi kerak;
- estetiklik-binolarning badiiy masalalari, turistik korxonaning hududi, tashkilot marshruti, bino inter'eri loyihalari jihozlanishi mos kelishi kerak, xodimlar tashqi ko'rinishi va nutq madaniyati estetik talablariga to'la mos kelishi kerak;
- davomiylilik ya'ni xizmat ko'rsatish davomiyligi, turistik va ekskursion marshrutlar davomiyligi va murakkabligi, ishlatilayotgan transport vositalari va boshqa xizmat ko'rsatish vositalari turistlar jismoniy va ruhiy imkoniyatlariga mos kelishi kerak.

O'zbekistonda turistik xizmatlarni loyihalashtirishda hujjatlarni ko'rib chiqish tartibi mavjud. Shuningdek, turistik-ekskursion xizmat ko'rsatish sohasida standartlashtirish ob'ektlari, standartlar kompleksining strukturasi va boshqa standartlashtirish bo'yicha hujjatlarning maqsadi va vazifasini belgilovchi standart

bor. Menejerlar turistik xizmatlar uchun ishlab chiqiluvchi loyiha materiallari, korxona va turistik xizmat ko'rsatish ob'ektlari (mehmonxonalar, turbaza, marshrutlar va boshqalar) davlat ekologik ekspertizasidan o'tishi shart. Xizmatlar esa amaldagi qonunlar va normativ hujjatlardagi talablarga mos kelishi kerak. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish turistik korxonalar tomonidan amalga oshirilishi mumkin yoki boshqa tashkilot tomonidan ham bajarilishi mumkin. Bu holda manfaati bo'lgan korxona yoki tashkilot tashabbusi bilan shartnoma tuziladi.

Xizmat ko'rsatishni loyihalashtirishni asosi bu turistik xizmatlarninig qisqa bayonidir, ya'ni bozorni tadqiq etish natijasida aniqlangan, buyurtmachi bilan kelishilgan va ijro etuvchi imkoniyatlarini e'tiborga olgan talablar majmuasidir. Shu asosda, u quyidagi tartibda amalga oshiriladi:

- xizmatlar tavsifi normalarining belgilanishi;
- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni texnologiyasini belgilash;
- texnologik mahsulotlarni ishlab chiqish;
- sifat nazorati usullarini aniqlash;
- loyiha tahlili;
- loyihani tasdiqqa taqdim etish.

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonidagi talablarni loyihalashtirish

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonidagi talablarni batafsil ko'rsatuvchi hujjatlarga quyidagi elementlar kiritilishi lozim:

- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni, shakli va usullarini bayon etish;
- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni tavsifining ahamiyati;
- foydalaniladigan vositalar turi, miqdori va xizmat qilish imkoniyatlariga

ega bo'lgan talablar;

- zarur xodimlar miqdori va ularning professional tayyorgarlik darajasi;
- xizmat va mahsulotlar yetkazishning kelishilgan ta'minoti;
- kafolatlar;
- zarur kelushuvlar (rekreatsion resurs egalari, sanitar epimideiologik

organlar va yong'in nazorati, davlat avtoinspeksiyasi va h.k.).

Alohida turdagi turistik xizmatlar loyihalashtirilishi qanday kechishini misol orqali ko‘rib chiqamiz. **Masalan: «Chimyon tog‘lari» turistik firmasiga Chimyon – Bildirsoy rekreatsion hududi bo‘ylab turistik sayohat xizmatini loyihalashtirishga kirishildi.** Bu ikki bosqichda amalga oshiriladi.

1. Turistlarga xizmat ko‘rsatish dasturiga muvofiq har bitta turdagi xizmatlarni loyihalashtirish.

2. Xizmatlarni to‘laligicha loyihalashtirish.

Firma tomonidan amalga oshiriladigan turni loyihalashtirish korxona imkoniyatlarining turistlar talabiga mos kelishini ko‘zda tutadi.

Bu yerda aholining ehtiyojlari va to‘lovga qodir talablarini o‘rganish asosida tuzilgan xizmatlarning qisqa bayonini kiritish qabul qilingan. Masalan, Toshkent aholisining Toshkent viloyati Chimyon - Bildirsoy rekreatsion hududidagi turistik sayohatlar turi, shakllari va imkoniyatlari. Xizmat ko‘rsatish dasturini ishlab chiqish quyidagilarni aniqlashni o‘z ichiga oladi:

- marshrutni aniqlash, ya’ni kilometrdagi masofa (5, 10, 20 km va h.k.) va qanday joydaligini (past – baland, tog‘li, suvli, o‘rmonli va h.k.);
- turistik korxonalar ro‘yxatini - xizmatlar ijro etuvchi (mehmonxonalar, transport tashkiloti, restoran, ekskursiya byurosi, ijara punkti);
- har bir xizmat ko‘rsatuvchi tomonidan turni taqdim etish vaqti (ish vaqti, mavsum);
- ekskursiya tarkibi va diqqatga sazovor ob’ektlar (ya’ni guruhning ixtisoslashuvi va ornitologik, tarixiy, ekologik, yo‘lda uchraydigan tabiiy va tarixiy joylar);
- turistik safar va sayohatlar ro‘yxati (muhitga to‘g‘ri keladigan yuklamani hisobga olgan holda mavsumda qancha sayohat uyushtirish mumkinligi);
- bo‘sh vaqtda o‘tkaziladigan tadbirlar majmuasi (diskoteka, o‘yin zallari va boshqalar);
- har bir marshrut punktida turish davomiyligi (ya’ni, turistlar necha soat/ kun dam olish joylarida to‘xtaydilar);

- sayohatda qatnashayotgan turistlar soni (aniqlangan guruhlar hajmi);
- marshrut ichidagi tashishlar uchun transport turlari (mashina, vertolyot, otlar, velosiped);
- turizm bo'yicha instruktor-metodist ekskursavodlar, gid-tarjimonlar, boshqa xizmat ko'rsatuvchi xodimlarga va ularni qo'shimcha tayyorlashga bo'lgan talab;
- reklama, informatsion va kartografik materiallar shakllari va tayyorlanishi, turistik putyovkadagi informatsion varaqalar uchun sayohat bayoni.

Buning natijasida «Chimyon tog'larining» quyidagi texnologik hujjatlari tuziladi:

- turistik sayohatning texnologik haritasi;
- turistik korxonaning grafik yuklamasi;
- iste'molchiga taqdim etiluvchi turistik putyovkaga axborot varaqa;
- «turistik safar» xizmat loyihasi;
- turistik safar joyi va marshrutining ekspeditsion tekshiruvini o'tkazish;
- turistik manzillar va turistik safar trassasidagi turar joylarni joylashtirish va jihozlash loyihasini tayyorlash;
- zaruriy miqdordagi turistik inventar asboblari va transport vositalarining hisobi;
- turizm bo'yicha instruktor-metodistlar, boshqa xizmat ko'rsatuvchi xodimlar va ularni tayyorlashni tashkillashtirishga bo'lgan ehtiyojni aniqlash;
- reklama-axborot materiallarini safar trassasi bayoni bilan tayyorlash;
- xavfsizlik bo'yicha xizmat choralari aniqlash.

Safar trassasini ishlab chiqish, qulay tabiiy sharoitli hududlar bo'yicha amalga oshirilishi kerak. Bu hududlar amaldagi normativ hujjatlarda belgilangan ekologik va sanitar – gigiyenik talablarga mos kelishi zarur, shuningdek, aniq turdagi turizm rivojlanishining real imkoniyatlari hisobga olinadi. Turistik marshrutini ekspeditsion tekshirishini o'tkazish haqidagi hisoboti va trassadagi

xizmat ko'rsatish bo'yicha berilgan turistlar istaklarini ijtimoiy o'rganish bo'yicha materiallar loyihalashtirishning hujjatli asosi hisoblanadi.

Natijalar bo'yicha turistik safar trassasi pasporti ishlab chiqiladi va ular quyidagilarga muvofiq kelishi kerak:

- sanitar – epidemiologik xizmat organlariga, transport vositalari harakatini nazorat etuvchi boshqa tashkilotlar (avtoinspeksiya, suv inspeksiya va h.k.);

- turistik safar trassasi o'tadigan yer-suv mulklari boshqarmasi organlari.

«Ekskursiya» xizmati loyihalashtirilishi quyidagi belgilarni nazarda tutadi:

- tematik yo'naltirilish;
- ko'rib chiqish ob'ektlari;
- ekskursiyalar davomiyliligi;
- axborot hajmi;
- ekskursiyani ijtimoiy o'rganish natijalari.

Turistik-ekskursion sohada xizmat ko'rsatishni standartlashtirishning asosiy maqsadi sifat darajasini ko'tarishda normativ texnik ta'minlashdir. Shuningdek, turistik samaradorlik, ekskursion xizmat ko'rsatish va xizmatlardan foydalanuvchi iste'molchilar manfaatini himoyalash.

Standartlashtirishning asosiy vazifalari:

- xizmatlar va turistlarga xizmat ko'rsatish sifat ko'rsatkichlari nomenklaturasini belgilash;

- xizmatlar turistlarga xizmat ko'rsatish va ularning nazorat usuli sifatiga o'sib borayotgan talablarni belgilash;

- xizmatlar xavfsizligi, aholi sog'ligini qo'riqlash, atrof-muhit himoyasi, ijroning aniq va o'z vaqtida bo'lishi, xizmat ko'rsatishning estetikligini ta'minlovchi talablarini o'rnatish;

- turistik xizmatlar sertifikatsiyasiga bo'lgan talablarni belgilash;

- turistik korxonalar faoliyati boshqa turistik ekskursion xizmat ko'rsatishda qatnashuvchi korxonalar bog'liqligini ta'minlash;

- standartlashtirish sohasida terminlar va asosiy tushunchalarni aniqlashni va aholiga turistik-ekskursion xizmat ko'rsatish sifatini boshqarishni belgilash.

Aholiga turistik-ekskursion xizmat ko‘satishni standartlashtirish ob‘ektlariga quyidagilar kiradi:

- turistik xizmatlar;
- turistik-ekskursion xizmat ko‘satish jarayoni.

O‘z davlat standart «O‘zbekturizm» MK bilan hamkorlikda xavfsizlikni, aholi sog‘lig‘i va hayotini, atrof-muhit himoyasi ijrosining aniq va o‘z vaqtida bo‘lishini, majburiy-umumiy talablarni shuningdek, xizmat ko‘rsatish turlariga tavsiya etuvchi talablarni o‘rganadi. Ularning rasmiy qarashligidan qat’iy nazar, barcha turistik-ekskursion xizmat ko‘satish korxonalari va tashkilotlari tomonidan amal qilinishi kerak. Shuningdek, aholiga turistik-ekskursion xizmat ko‘satish faoliyati bilan shug‘ullanuvchi kooperativ, qo‘shma korxonalar va fuqarolarga ham tegishlidir.

20.3-jadval

Turistik-ekskursion xizmat ko‘satish sohasida xizmatlar turi va standartlari

Bir turdagi xizmatlar	Umumiy talablarga doir standartlar
– Turistik va ekskursion xizmatlarni amalga oshirish; – Ekskursiya; – Turistik safarlar; – Reklama - axborot xizmatlari; – Maishiy xizmatlar; – Oziq-ovqat xizmatlari; – Madaniy-ommaviy xizmatlar; – Jismoniy-madaniy sog‘lomlashtirish xizmatlari	– belgilash – xavfsizlik – ijroning aniq va o‘z vaqtida bo‘lishi – ergonomlilik – estetiklik – ekologik – qulaylik – kafolatlar va boshqalar

Aholiga turistik-ekskursion xizmat ko‘satish sohasidagi standartlarning asosiy ko‘rinishlari quyidagilar:

- asosiy standartlar;
- umumiy texnik standartlar;
- ishlab chiqarish jarayonlari (texnologik, boshqarishni tashkil etishni ta’minlovchi) standartlari;
- xizmatlar standarti.

21-mavzu. TURIZM SOHASIDA XALQARO XAVFSIZLIKNING HUQUQIY ASOSLARI

Reja:

21.1. Turizm sohasida xavfsizlikni ta'minlash tamoyillari

21.2. Xalqaro turizmدا turistlarining hayoti xavfsizligini ta'minlashning xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlari

21.3. O'zbekiston Respublikasi qonun va qarorlarida turistlar hayoti xavfsizligini ta'minlash

21.4. Turizm rasmiyatchiligiga oid hujjatlar

21.1. Turizm sohasida xavfsizlikni ta'minlash tamoyillari

«Turizm xavfsizligi» keng ma'noli tushuncha bo'lib, turizmда xavfsizlik turist va uning yuklarining xavfsizligi, turistik muhit qatnashchilarining muhim hayotiy qiziqishlarini ichki va tashqi havflardan, hamda turizm rivojlanishida atrof-muhitni salbiy omillardan himoyalanganligi tushuniladi.

Turizmдаgi xavfsizlik – bu turist hayoti va sog'lig'ini saqlash maqsadida, hamda unga va atrof-muhitga (jamoaga, jamiyatga, davlatga, tabiatga) yetkazilgan zararlarni minimallashtirishga qaratilgan majmualı tadbirlardan iborat. Dunyoda bo'lib o'tayotgan voqea, hodisalar xavfsizlik masalasi qanchalik muhimligini ko'rsatmoqda va bu yerda nafaqat mamlakat ichki tartibi, balki xalqaro darajada muvofiqlashtirish talab etiladi. Turizmда xavfsizlikni ta'minlash borasidagi qarorlar turistik faoliyat sohasidagi qonunlarning asosiy tarkibiy qismi hisoblanadi.

Hozirgi paytda, turizmда xavfsizlik masalasi quyidagi tamoyillar asosida ta'minlanadi:

1. Milliy qonunlar, xalqaro huquqlar asosida turistlarni jo'natuvchi yoki qabul qiluvchi, davlat ularni himoya qilishi, panohiga olishi shart. Mamlakatda xorijiy turistlar kelishini nazorat qiluvchi, shaxsiy mulkini, shaxsiyatini himoya qiluvchi, joriy-qidiruv ishlarini olib borish, sug'urta to'lovlarini to'lash, valyuta

ayriboshlash, madaniy qiymatga ega buyumlarni olib chiqish, axborot olishga imkoniyat, diplomatik va advokat ko'magi va boshqa masalalarga tegishli huquqiy-me'yoriy aktlar qabul qilinadi. Turistik firmalar litsenziya oladilar va mahsulotlarini sertifikatlaydilar. Xalqaro me'yorlar aviatashchilar, suv transporti kompaniyalari, avtokorxonalardan avariya va favqulodda hodisalarni oldini olish maqsadida yagona va universal standartni bajarishni talab qiladi.

2. Makrodarajadagi tashkiliy mexanizmlar asosida. Bevosita va bilvosita turistlar xavfsizligini ta'minlash bilan bog'liq davlat va jamoa tarkiblari yordamida amalga oshiriladi. Bular huquqiy, tartibni saqlash kuchlari (militsiya, razvedka xizmatlari) jinoyatchilikning oldini oladi; bojxona tarkibi – bular, eksport – import, kontrabanda bilan kurashadilar; **qutqaruv xizmatlari** (tog' hududlarida, o'rmonlarda, yong'indan, tibbiy, FHV va boshqalar.) – odamlarni tabiiy ofatlar va texnogen xavflari mavjud joylardan qutqaradilar. Tashqi ishlar vazirligi – vaqtinchalik kelgan mamlakatda har xil holatlarga tushib qolgan fuqarolarga konsullik himoyasi xizmatini taqdim etadilar. **Soliq qo'mitasi** – iqtisodiy jinoyatchilikka qarshi kurashadi, **standartlashtirish xizmati** – iste'molchilarga taklif etiladigan tovar va xizmatlar soni va sifatini nazorat qiladi, **prokuratura** – davlat va shaxsga qarshi harakatlarni oldini oladi, **veterinariya va sanepidemiologiya** xizmati – sanitariya talablarini tekshiradi va b.

3. Mikrodarajadagi tashkiliy mexanizm asosida. Bu sayohatchilarga bevosita xizmatlar taklif etuvchi turistik korxonalardir. Masalan: turfirma marshrutni sertifikatlaydi, sug'urta kompaniyasi – sayohatchi hayotini sug'urtalaydi, mehmonxona yong'in va epidemiologik xavfsizlikni ta'minlaydi, avtotransport korxonalari mashinalarning texnik holatini tekshiradi.

Mahalliy jamoa ham tashrif buyuruvchilarning xavfsizligini ta'minlashlari shart. Buning uchun gidlar maxsus tayyorgarlikdan o'tadilar, marshrutlar xavfsizligi (yo'llar toshloq, zaharli o'simliklar, yovvoyi hayvonlar) tekshiriladi, turistlar maxsus moslamalar (palatka, qutqaruv jileti, dori-darmon) bilan ta'minlanadi, qutqaruvchilar va o'rmon xizmatlari guruh kelgani va ularning bu

yerda bo‘lish muddati haqida ogohlantiriladi. Turistning o‘zi ham xavfsizlik qoidalariga rioya qilishi shart. Ya’ni, uning hayoti va sog‘lig‘iga nimalar xavf solishini anglashi, qabul qilingan talablarga rioya qilishi, hushyor bo‘lishi shart.

4. Iqtisodiy mexanizmlar asosida. Xavfsizlik ta’minlanishining iqtisodiy mexanizmlari turist hayoti va mulkiga zarar yetkazilganda uni moliyaviy qoplashni nazarda tutadi. Masalan: sug‘urta kompaniyasining sug‘urta fondi zaruriy summani to‘lashga qurbi yetadigan bo‘lishi kerak.

5. Ijtimoiy – madaniy va siyosiy darajada xavfsizlik jamiyatni boshqa ijtimoiy qarashlardan – diniy, g‘oyaviy, udumlarning buzulishi va boshqalar nazarda tutiladi. Afsuski, turizm alkoholizm, narkomaniya va boshqa salbiy oqibatlarga ham sabab bo‘lmoqda. Bu yerda xalqaro terrorizmga qarshi kurash, diniy ekstremizmga qarshi davlatlararo koalitsiyalarni tuzish ham e’tiborga olinmoqda.

21.1-jadval

Tarmoq miqiyosida turizm xavfsizlik darajalari³¹

Darajalar	Jalb qilingan strukturalar	Faoliyati
Birinchi: <i>Davlat xizmati tarkiblari</i>	Ichki ishlar Vazirligi	Jamoa tartibini saqlash, jinoyatchilik bilan kurashish, kriminal holatlarni nazorat qilish. Turistik politsiya. Xorijiy turistlarni mamlakat bo‘ylab harakatlanishini ta’minlash
	Milliy xavfsizlik xizmati	Terroristlar, ekstremistlarga qarshi kurash va boshqa davlatga qarshi harakatlarni oldini olish.
	Sog‘liqni saqlash vazirligi	Yepidemiya qarshi kurash, kasalliklarni oldini olish, aholi salomatligini nazorat qilish
	Favqulodda hodisalar vazirligi	Texnogen va tabiiy ofatlarni ogohlantirish va oldini olish, operativ – qutqaruv tadbirlarini o‘tkazish
	Bojxona qo‘mitasi	Kantrabandaga qarshi kurash, eksport-import operatsiyalari jarayonida uyushgan

³¹ Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. Т.: 2008.

		jinoyatchilikni oldini olish, madaniy boyliklarni noqonuniy chiqib ketishga yo‘l qo‘ymaslik
	Tashqi ishlar vazirligi	Xorijdagi fuqarolarga konsullik himoyasini ta‘minlash
	Mahalliy ma‘muriyat	Ma‘lum hududiy hodisani nazorat qilish
Ikkinchi: <i>Davlat jamoa xizmati tarkiblari</i>	Gidrometeorologiya xizmatlari, seysmik stansiyalar	Tabiiy ofatlarni bashorat qilish, tabiiy ofatlar oqibatini baholash
	Mudofaa vazirligi	Aholi va shu jumladan turistlarni tashqi agressiyalardan himoyalash
	Standartlash, sertifikatlash va metrologiya xizmati	Tovar va xizmatlarni standartlash, ularni iste‘mollash uchun xavfsiz ekanini tekshirish, turmahsulotni sertifikatlash
	Antimonopoliya qo‘mitasi	Monopoliyaga yo‘l qo‘ymaslik, sifatsiz xizmatlardan himoyalash, g‘irrom raqobatning oldini olish
	Milliy turizm ma‘muriyati	Turizm sohasi faoliyati, xizmat sifatini tekshirish, ob‘ektlarda xavfsizlik darajasi
	Turistik tashkilotlar assotsiatsiyasi	Turizmning xususiy sektorida xizmatlar sifatini nazorat qilish
	Iste‘molchilar huquqini himoya qilish jamiyati	Iste‘mol huquqini himoya qilish, g‘irrom raqobatning oldini olish
	Tabiatni asrash qo‘mitasi	Tabiat bag‘rida odamlarning o‘zlarini tutishlari, xavfli flora va fauna haqida ogohlantirish
Uchinchi: <i>Davlat jamoa xizmati tarkiblari OAV</i>	Yo‘l qurilish xizmati – qurilish vazirligi	Shosse, magistrallar, harakat xavfsizligi. Bino, inshootlar qurilishi va ularning xavfsizligi
	Transport faoliyati ustidan nazorat	Passajirlarni tashishga mo‘ljallangan transport xavfsizligi
	Yong‘inga qarshi kurash xizmati	Yong‘inga qarshi tadbirlar
	Energiya nazorati va kommunal xizmatlar, telekommunikatsi	Elektr tarmoqlar xavfsizligi, chiqindilarni olib chiqish, xavf tug‘ulganda operativ aloqani ta‘minlash

	ya	
	OAV	Havflar haqida axborot berish
	Mahalliy o'zini-o'zi boshqarish organlari	Ijtimoiy-siyosiy barqarorlikni ta'minlash, hududda xavfsizlikni ta'minlash
To'rtinchi: <i>Xususiy xizmatlar tarkiblari</i>	Turistik tashkilotlar	Gidlar-marshrutda xavfsizlik qoidalariga rioya qilish, menejer – turistik faoliyat qatnashchilarini boshqarish, turlider – guruhda holatni nazorat qilish, muammoni boshqarish, korxonalarda xavfsizlik – mehmonxonalarda, ob'ektlarda
	Jismoniy shaxslar	Muammoning oldini olish uchun turistlar shaxsiy xavfsizlikka rioya qiladilar.

21.2. Xalqaro turizmدا turistlarining hayoti xavfsizligini ta'minlashning xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlari

Insonning hayoti xavfsizligini ta'minlash hamma vaqtda ham avvalo insonning o'z hayotini muhofaza qilish, sog'lig'ini saqlash, yashash istagi hissiyotlaridan kelib chiqadi. O'z hayoti xavfsizligining ertasini o'ylamaydigan, hozirgi zamonamizdan juda ko'p yillar ilgari xavfli sharoitlarda tavakkaliga sayohatga chiqqan jasur kishilar (Kuk, Skott, Magellan, Maklay, Livingston, Dikson, Nikitin, Bering, Dejnyov, Perjevalskiy, Polo, Batuta, Lazerev, Kruzenshtern, Kolumb, Vamberi va boshqalar) buyuk geografik tadqiqotchi sayyohlar bo'lishgan, lekin, vaqt o'tishi bilan insonning yashashga bo'lgan hissiyotlari ham o'zgardi. Bunday hissiyotlar zamirida albatta qo'rqish hissi hukmron, ikkilanish hissi kuchliroq bo'lganligi hisoblanadi. Bir mamlakatdan o'zga mamlakatlarga sayohat qilmoqchi bo'lgan turist albatta, bu mamlakatdagi siyosiy-ijtimoiy vaziyat bilan qiziqadi, axborotlarni to'playdi va ko'ngli tinchligi, havotir yo'qligidan aniq bir qarorga keladi.

Turizmning xalqaro miqyosida rivojlanib borayotganligining sabablaridan biri, xalqaro nizolarning pasayishi, qurollanishning susayganligi natijasida jahon

xalqlarining biri-biriga qiziqishi, ko‘rishishga, muloqot qilishga, xalqlarning tarixiy-ma’naviy madaniyatiga, xalqlar yashayotgan davlatlar tabiatiga qiziqishi, intilishi hisoblanadi. Turizmdagi xalqaro huquq-me’yorlarini qabul qilgan mamlakatlarda turistlar ana shu huquq-me’yorlarga ishonib, suyanib, erkin harakat qilishadi. Shu bilan birga, turizm rivojlanishida turistik oqimlarning muayyan davlatda yoki davlatlarda ko‘payishi turizmdagi xalqaro tashkilotlarning faoliyatiga ham bog‘liq bo‘ladi. Har bir davlatda, shuningdek xalqaro miqiyosda turizmni tashkil etishning eng muhim elementlaridan biri – turistlarning sog‘lig‘i va hayoti xavfsizligining ta’minlanishi hisoblanadi. Turistlarning hayoti xavfsizligi va buyumlarining saqlanish kafolati xalqaro miqiyosda va davlatlar hududlarida harakatlanish xavfsizligidagi juda ko‘p majmualiy tadbirlarning qonun himoyasida ta’minlanishni talab qiladi.

Turizmning xalqaro xavfsizligidagi xalqaro tajribalarni Butunujahon turistik tashkiloti (BTT) tadqiq qiladi va tadqiqot natijalari asosida ishlab chiqilgan tavsiyalarni xalqaro turizm to‘g‘risidagi qonun va huquqiy-me’yoriy hujjatlar qabul qilgan davlatlarga ko‘rsatma – yo‘llanma sifatida taqdim qilib kelmoqda.

Sayohatlarning xavfsizligini ta’minlash haqidagi Hartiya 1985- yil BTT dagi Bosh Assambleyaning VI – sessiyasida qabul qilingan. Hartiya tarkibi 9 ta modda va turist kodeksi, yana 9 ta moddadan iborat. Hartiyaning IV-moddasida turistlarning sog‘ligi va hayoti xavfsizligini ta’minlashda, ularning buyumlarining saqlanishi, har bir davlat hududlarida erkin harakat qilishida quyidagi talablar bajarilishi dunyodagi barcha davlatlarga tavsiya qilingan:

- turistlarga imkoniyatlarning yaratilishi, o‘z davlatida va chet ellik turistlar uchun sayohatlar davrida BMT, BTT, Xalqaro fuqarolar aviatsiyasi tashkiloti, Xalqaro dengiz tashkiloti, Xalqaro bojxona hamkorligi Kengashi va boshqa xalqaro tashkilotlarining turizm to‘g‘risidagi, xalqaro turizm to‘g‘risidagi «Holatlar», «Dasturlar», «Huquqiy-me’yorlar» bilan tanishish, o‘rganish, foydalanish sharoitlarini yaratishlari;

- turistlarning bilimi va madaniyati o'sishiga hamkorlik qilishi va yetib kelgan davlatlarning mahalliy aholisi bilan bo'lgan muloqatlarda, aloqalarda o'zaro tushunish, o'zaro do'stona muhitlarining yaratilishi;
- turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash va buyumlarining saqlanish chora-tadbirlarini xalqaro qonunlarga mos holda ishlab chiqishi;
- gigiyena va sog'liqni saqlash xizmatlariga murojaat qilish, yordam olishning barcha shart-sharoitlarini yaratishi, yuqumli kasalliklar va baxsiz hodisalardan saqlanish haqida ogohlantirish;
- turizmga buzg'unchilik maqsadlaridagi qilingan har qanday xatti-harakatlarning oldini olish;
- turistlar va mahalliy aholini giyohvandlik moddalaridan noqonuniy foydalanish manbalaridan himoya qilish tizimlarini ishlab chiqishi kabi xalqaro turizm huquqiy-me'yorlari ishlab chiqilgan.

BTT ning «Jahon turizmi bo'yicha Manila deklaratsiyasi» ni qabul qilgan Turizm bo'yicha Butunjahon konferensiyasi qarorlari muhim ahamiyatga ega. Konferensiya 1980- yil 27- senabrdan 20 oktabrgacha Filippin davlatining poytaxti Manila shahrida bo'lib o'tdi. Konferensiyaga 107 davlatning delegatsiyalari va 91 delegatsiya kuzatuvchi sifatida qatnashdi. Manila konferensiyasidagi eng muhim qaror va tavsiyalar xalqaro miqyosida va davlatlarda turistlarning hayoti xavfsizligini, sog'lig'ini ta'minlash va ularning buyumlarini saqlash, davlatlarda turistlarning erkin harakatlariga barcha shart-sharoitlarni yaratish natijasida xalqlar, elatlar va millatlarning do'stona aloqalariga asoslar yaratiladi, millatlar o'rtasidagi urf-odatlarini o'rganish, qiziqish natijasida bir-biriga yaqinlik qiluvchi davlatlararo madaniyat markazlari kelib chiqadi. Konferensiyaning tinchlik shiori – «Dunyoda tinchlikni, hamkorlik, hamjihatlikni saqlash, xalqlarning madaniy merosini rivojlantirishda turizmning hissasi» mavzusi qabul qilindi.

Butunjahon turizm tashkilotining (BTT) dunyo davlatlarining Parlamentlariaro turizm bo'yicha xalqaro konferensiyasi Niderlandiyaning Gaaga shahrida 1989-yilning 30-martidan 14-apreligacha bo'lib o'tdi. Konferensiya

ishida Parlamentlararo ittifoq (MGS) vakillari ham qatnashdi. Bu xalqaro tashkilotni Niderlandiya davlatning parlamenti taklif qilgan edi. Konferensiya birinchi navbatda BMT ning jahon davlatlarida turizmni rivojlantirishda BTT ning faoliyati muhim ahamiyatga ega ekanligini e'tirof etdi. Ikkinchidan, jahon turizmining rivojlanayotganligida xalqaro tashkilotlar: xalqaro mehnat tashkiloti (MOT), Butunjahon sog'liqni saqlash tashkiloti (VOZ), BMT ning fan va madaniyat, maorif tashkiloti (YUNESKO), Xalqaro fuqaro aviatsiyasi (MKAO), atrof-muhit bo'yicha BMT dasturi (YUNEP), xalqaro jinoiy qidiruv politsiyasi (INTERPOL) va xalqaro iqtisodiyot hamkorlik va rivojlantirish tashkilotlari BTT bilan mustahkam aloqada bo'ladi va yordam beradi.

Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi 10 ta tamoyilni qabul qildi va uni barcha mamalakatlarga tarqatdi. Deklaratsiya jahonda turizmning rivojlanishida turizm xavfsizligi xalqaro miqiyosda va milliy davlatlar miqiyosida ta'minlanishi shartligini ta'kidladi. Bunga erishish uchun quyidagilarni amalga oshirishni tavsiya qiladi:

- turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash me'yorlarini ishlab chiqish va turizmda joriy qilish;
- jamoatchilikka aniq axborotlarni yetkazish va tarqatish;
- turistlarning xavfsizligini o'rganuvchi va ta'minlovchi, ayniqsa ekstremal vaziyatlarda xavfsizlikni ta'minlashni tadqiq qiluvchi institutsional markazlar tashkil qilish;
- turistlarning xavfsizligini ta'minlashda xalqaro, qit'alararo hamkorlikni tashkil qilish va harakatlantirish.

Gaaga deklaratsiyasining turistlarning sog'lig'i va hayoti xavfsizligini ta'minlash bo'yicha tavsiyalari (7-tamoyil):

- turistlarni hurmat qilish, qadr-qimmatini, huquqini va xavfsizligini himoya qilish turizm rivojlanishining ajralmas qismidir. Shuning uchun ham:

- turistlarning qadr-qimmati, hayoti xavfsizligini ta'minlash chora-tadbirlari ular harakatlanadigan barcha turistik ob'ektlarda, safarda, sayohatda, mehmonxonalarda ishlab chiqilgan va bartaraf etilgan bo'lishi;

- turistik ob'ektlarga va turistlar hayotiga xavf soluvchi vaziyatlar va omillar haqidagi barcha axborotlar, ma'lumotlarni turistlarga o'z vaqtida yetkazishini ta'minlash;

- har bir davlatda turistlarning erkin harakat qilish, xavfsizligini ta'minlashning huquqiy-me'yorlari ishlab chiqilishi va qabul qilishishga erishish, har bir davlatda turistlarning huquqni himoya qilish organlariga o'z vaqtida murojaat qilishi, o'zining haq-huquqlarini himoya qilish imkoniyatlarining yaratilishiga erishish;

- turistlarni himoya qilish, hayoti xavfsizligini ta'minlashdagi huquqiy me'yorlarni ishlab chiqish, xavfga qarshi chora-tadbirlar tizimini yaratishda har bir davlatlarning BTT bilan o'zaro hamkorlik qilishni ta'minlash.

Gaaga deklaratsiyasida qabul qilingan yana bir muhim hujjat shundan iborat bo'ldiki, terrorizm turizm va turistik harakatlanishning rivojiga real havf, deb tan olindi. Jahondagi davlatlarga terroristlarga har xil siyosiy sabablarni ro'kach qilib, boshpana berish hollari jahon miqiyosida qoralanishi e'tirof etildi.

Xalqaro turizm xavfsizligi va turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashda BTT ning 2001-yil 30- sentyabr – 1-oktabrda Yaponiyada (Ming yillikning Osaka deklaratsiyasi) o'tkazilgan konferensiyasi, MDH davlatlarining «Turizm sohasida hamkorlik» – Ashxabat 23-dekabr 1993- yil, 29-oktabr 1994-yil, 4-noyabr 1994-yil Osaka deklaratsiyasi, «Turistik faoliyatni tashkil qilish Yevropa Kengashi», 2-noyabr 1981-yil Nepaldagi «Xalqaro mehmonxona qoidalari assotsiatsiyasi» muhim qarorlar qabul qildi, tavsiyalar ishlab chiqib dunyo mamalakatlariga tarqatdi.

Shuningdek, «Afina konvensiyasi» turistlarning yuklarini tashishdagi xalqaro huquq-me'yorlarini ishlab chiqdi. Turagentliklar assotsiatsiyasining Butunjahon federatsiyasi (UFTAA) va Butunjahon mehmonxonalar assotsiatsiyasi

(MGA) mehmonxonalarda turistlarni joylashtirish, ularning faol harakatlarini tashkil qilish, sog‘lig‘i va hayoti xavfsizligini ta‘minlashning xalqaro huquqiy mezonlarini ishlab chiqdilar va bu haqda BTT ga a‘zo bo‘lgan davlatlar o‘z milliy turizm siyosatiga mos bo‘lgan huquqiy- me‘yorlarni qabul qilishini tavsiya qildi. Qayd qilish lozimki, BTT 1994- yilda o‘z boshqaruvi tarkibida «Turistik xizmatlar sifati» bo‘yicha qo‘mita tashkil qildi. Bu qo‘mita xalqaro turizmga sayyohlarning xavfsizligi masalalariga ham javob beradi. Xuddi shu yili BTT dunyoning 73 mamlakatlarida «Sayyohlarni (turistlarni), turistik ob‘ektlarni himoya qilish va xavfsizligi» mavzusida xalqaro tadqiqotlarni amalga oshirishning tashabbusi bilan 1995-yilning yozida Shvesiya davlatining Esterund shahrida «Sayohat davrida xavflarni kamaytirish va turizm xavfsizligini ta‘minlash» mavzusida xalqaro konferensiyasi o‘tkazildi.

Turizm mamalakatlarining 21% ida maxsus turizm politsiyasi tashkil qilingan bo‘lib, bu politsiya faqat turizm faoliyati bilan shug‘ullanadi. Turizm politsiyasi zimmasiga turizm resurslarini va atrof-muhitni muhofaza qilish, giyohvandlikka qarshi kurashish, mahalliy etnik guruhlarini himoya qilish vazifalari ham yuklatilgan.

Xalqaro turizm amaliyotidan ma‘lum bo‘ladiki, ko‘pgina davlatlarning turizm boshqaruvi turistlarining dunyo davlatlariga, mintaqalariga borishi yoki bormasliklari, xavfsizlikning holati, darajalari, ushbu davlatlarda turizm siyosati va himoya turizmi haqida aniq tavsiyalar ishlab chiqadi va o‘z ommaviy axborot vositalarida muntazam ravishda tavsiyalar berib boradi.

21.3. O‘zbekiston Respublikasi qonun va qarorlarida turistlar hayoti xavfsizligini ta‘minlash

Turizm sohasida ta‘lim olayotgan barcha talabalar va mutaxassislar O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida» gi qonun moddalarini yaxshi o‘zlashtirishi va mukammal bilishi o‘rinli bo‘ladi:

Ushbu qonunning **18 – moddasi: «Turistlarning xavfsizligi kafolati»**

O‘zbekiston Respublikasi hududida turistlarning xavfsizligi davlat tomonidan kafolatlanadi. Turizm sohasidagi vakolatli davlat organi manfaatdor vazirliklar va idoralar bilan birgalikda turistlarning himoya qilinishini hamda xavfsizligini ta’minlash dasturini ishlab chiqadi va uning bajarilishini tashkil etadi. Mahalliy davlat hokimiyati organlari turizm sohasida barcha turistik yo‘nalishlar bo‘yicha turistlarning himoya qilinishini va xavfsizligini ta’minlash mintaqaviy dasturlarini ishlab chiqadilar va ularning bajarilishini tashkil etadilar. Turistik faoliyat sub’ektlari turistlarning xavfsizligini ta’minlash bo‘yicha ular jarohatlanganda, kasallanganda va boshqa hollarda tibbiy va o‘zga xil yordam ko‘rsatish yuzasidan aniq chora-tadbirlar ishlab chiqadilar.

19–moddasi: Turistlarning xavfsizligini ta’minlash chora-tadbirlari.

Turistik faoliyat sub’ektlari turistlarning xavfsizligini ta’minlash maqsadida:

- turistlarning safarda xavf – xatardan holi bo‘lishlari uchun shart-sharoitni, safar, sayr, ekskursiya yo‘llari, musobaqalar o‘tkaziladigan joylarning ta’minlanishlari;
- turistlarga jarohatlanish va baxtsiz hodisalardan saqlanish hamda ularning oldini olish usullarini o‘rgatishlari, birlamchi tibbiy yordam ko‘rsatish yuzasidan yo‘l-yo‘riq berishlari, shuningdek, belgilangan yo‘nalishning xususiyati va turistlarning xatti-harakatiga bog‘liq holda yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan xavf manbalari haqida ularning o‘zini xabardor qilishlari;
- turistlarning sayohatlar, safarlar, musobaqalar, boshqa turistik tadbirlarga tayyorgarligi ustidan nazoratni amalga oshirishlari;
- falokatga uchragan turistlarga tezkor yordam ko‘rsatishlari;
- avtomobil, tog‘-chang‘i, velosiped, suv, mototsikl, piyoda safar, g‘or tuizmi va turizmning boshqa maxsus turlarini tashkil etish va o‘tkazishda xavfsizlikning alohida talablarini ishlab chiqishlari va amalga oshirishlari shart.

20–moddasi: «Turistlarni sug‘urta qilish». Turistlarni sug‘urta qilish majburiydir va u turistik faoliyat sub’ektlari tomonidan sug‘urta faoliyati olib

borish huquqiga ega bo'lgan tegishli sug'urta tashkilotlari bilan tuziladigan bitimlar asosida amalga oshiriladi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Turizm tashkilotlari faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to'g'risida»gi qaroriga ³² muvofiq quyidagi moddalar turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashga qaratilgan:

- xavf-xatar manbalari bo'lgan hududlarga chet ellik sayyohlarni olib chiqishlaridan oldin, O'zbekiston Respublikasi Favqulodda vaziyatlar vazirligining tegishli boshqarmalaridan baxtsiz hodisalar yoki havf-xatarlar kelib chiqishi mumkin bo'lishi yoki bo'lmasligi yuzasidan tegishli ma'lumotlar olish;

- ruxsat etilgan xavfsiz yo'nalishlar bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Favqulodda vaziyatlar vazirligining tegishli hududiy boshqarmasi bilan kelishilgan holda belgilangan xavfsiz yo'nalish bo'yicha sayyohat qilishni ta'minlash;

- belgilangan yo'nalishning xususiyati va sayyohlarning xatti-harakatiga bog'liq holda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan havf-xatar manbalari haqida ularning o'zini xabardor qilish va xavfsizligini ta'minlash;

- qabul qiluvchi turistik tashkilot chet el sayyohlari bilan xavfsizlik choralariga rioya etishlari, O'zbekiston Respublikasida bo'lish tartibi, ekologik xavfsizlik talablari, milliy urf-odatlariga hamda sanitariya-gigiyena qoidalariga amal qilishlari to'g'risida tegishli tushuntirish ishlarini o'tkazadi.

Ekologik turizm marshrutlarini ishlab chiqish mavzusida – «Ekologik turizm marshrutlarida turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash» yuzasidan marshrut rahbari amalga oshiriladigan ishlar ro'yxati keltiriladi. Turistik marshrutlarning barchasida turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash chora tadbirlari ishlab chiqilishi va marshrutni o'tkazadigan turistik tashkilot rahbarining imzosi va gerbli muhri bilan rasmiylashtirilishi lozim.

³² <http://www.Lex.uz>

21.4. Turizm rasmiyatchiligiga oid hujjatlar

«Forma» lotin tilidan tarjima qilinganda oʻrnatilgan tartib maʼnosini beradi. «Formalniy» oʻrnatilgan namuna boʻyicha bajarilgan demakdir. «Formalnosti» - «Rasmiyatchilik» - biror bir muhim va maʼsuliyatli ishni bajarishda talab qilinadigan, qonunchilik tomonidan oʻrnatilgan shartlar yoki harakatlar majmuidir.

Xorijiy mamlakatga birinchi marta turist sifatida tashrif buyurmoqchi boʻlgan shaxslar odatda faqat chegaraga oid va bojxona rasmiyatchiliklari mavjud deb oʻylashadi. Biroq, turist oʻz davlatiga olib kirishi mumkin boʻlgan bir talay hayot uchun oʻta xavfli kasalliklar mavjud, tropik mamlakatlarga kirishni tartibga solib turadigan sanitar – epidemiologik qoidalar ham juda muhim ekanligiga eʼtirozlar boʻlmasa kerak. Tibbiy sanitar qoidalarini bilish va ularga qatʼiy amal qilish turistni sayohat chogʻidagi koʻplab koʻngilsizliklardan saqlaydi.

Chegaradan hayvonot va oʻsimliklar namunalarini oʻtkazishning qatʼiy belgilangan tartibi ham xorijga safar chogʻida sugʻurta qilish masalasi ham turist uchun muhim ahamiyatga egadir. Bundan tashqari, bir qator boshqa, qonunchilik tomonidan davlat manfaatlari va jamoat xavfsizligi hamda sayohat qilayotgan shaxslar va atrof-muhit muhofazasi nazarda tutilgan xalqaro turizmning keng ommaga deyarli nomaʼlum shartlari va qoidalari ham mavjud.

Shunday qilib, turizm rasmiyatchiliklari – bu turist, turistik firmasi (keyinchalik turfirma) va boshqa davlatga tashkil qilinayotgan sayohatni tayyorlash va oʻtkazishga aloqador boshqa barcha tashkilotlar amal qilishi lozim boʻlgan, u yoki bu davlat yoxud bir guruh davlatlar qonunchiligini bir vaqtning oʻzida qabul qilgan qatʼiy shartlardan iborat.

Turizm rasmiyatchiligiga amal qilish, goʻyo bu ish ahamiyatli boʻlmagan yoki maʼnosiz, qandaydir ortiqcha va kerakmas rasmiy qoloq marosimlarni bajarish, deb oʻylash haqida gap ham boʻlishi mumkin emas. Shuningdek, bu yerda oʻrnatilgan tartibga uning ichki mohiyati emas, faqat tashqi tomoniga eʼtibor berib, koʻr-koʻrona amal qilishni anglatadigan «quruq rasmiyatchilik - formalizm»

atamasini eslash ham noo‘rin. Ba’zi turizm rasmiyatchiliklari bevosita turistga tegishlidir, masalan, xorijiy pasport olish zarur, chegaradagi nazorat va bojxona tekshiruvidan o‘tish tartibiga amal qilish, bir qator tropik mamlakatlarga safar qilishda «sariq bezgak»ga qarshi emlash va hokazolar.

Turizmga oid rasmiyatchiliklar – sayohatni tashkillashtirish, rasmiylashtirish va amalga oshirish jarayonida qonunchilik va mamlakatda o‘rnatilgan tartib bo‘yicha rioya qilish majburiy bo‘lgan qoidalar, shartlar va harakatlardan iborat bo‘ladi. Turizm rasmiyatchiliklarining muhimligini tasdiqlash va ularni tartibga solish hamda osonlashtirish uchun bir qator eng muhim xalqaro hujjatlardan ko‘chirmalar keltiramiz:

- Yevropadagi hamkorlik va xavfsizlik bo‘yicha kengashning yakunlovchi dalolatnomasi (Xelsinki, 1975-y.): «Kengashning ishtirokchi davlatlari xorijiy davlatlarga sayohat uchun talab etiladigan rasmiyatchiliklar bilan bog‘liq masalalarni ijobiy ruhda qarab chiqish orqali turizm rivojini rag‘batlantirish maqsadida ekanliklarini bildiradilar»;

- Jahon turizmi bo‘yicha Manila deklaratsiyasi (Manila, 1980- y.): «Butun jahon turistik tashkiloti o‘zining rivojlanish dasturiga jahonda turizm rasmiyatchiliklari ahvolini o‘rganish, mazkur sohadagi joriy amaliyot va mavjud me‘yorlarni tadqiq etish, sayohatlarni yo‘lga qo‘yish va osonlashtirish uchun umumiy tavsiyanomalar ishlab chiqish masalalarini kiritgan»;

- Turizm bo‘yicha Gaaga deklaratsiyasi (Niderlandiya. 1989-y.): «Sayohatlar tez o‘sishi bilan bir vaqtda turizm rasmiyatchiliklarining tushunchasi aniqlanmoqda va kengaymoqda. Ulardan biri bevosita turistlarga, boshqalari esa turizm biznesiga oid. Turizm rasmiyatchiliklarining osonlashuvi o‘zining dastlabki tor chegaraviy rasmiyatchilik va bojxona tekshiruvlari ramkasidan chetga chiqq oldi. Bugungi kunda gap turizmni rag‘batlantirish va ijobiy qo‘llab-quvvatlash haqida borishi lozim, xususan har bir shaxsga ichki va xalqaro turizmda ishtirok etishga sharoit yaratish, yoshlar, keksalar va nogironlar orasida turizmga alohida e‘tibor ajratishga harakat qilish shart»;

- Barqaror rivojlanish bo'yicha BMT komissiyasi o'zining 1999-yil apreldagi N'yu-York sessiyasida Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) tashabbusiga ko'ra, global turizm etik kodeksini ma'qulladi va BTTga xususiy sektorlar, nohukumat va mehnat tashkilotlaridan tushgan takliflar bilan to'ldirishni taklif etishdi. BTT mutaxassislarining xulosasiga ko'ra, turizm Global etik kodeksi joriy hujjat bo'lib, jumladan, turizm rasmiyatchiliklarini tartibga solishda ham dasturilamal bo'lmog'i lozim. Xususan uning 8-moddasida «Turizm sayohatlari erkinligi»da davlatlar tomonidan kiritilgan yoki xalqaro kelishuvlardan kelib chiqadigan, masalan vizalar, sanitar va bojxona rasmiyatchiligini imkon qadar shunday moslashtirish lozimki, erkin turizm va xalqaro turizmga yo'l ochish zarur bo'ladi. Ushbu rasmiyatchiliklarni osonlashtirishga qaratilgan mamlakatlararo bitimlarni rag'batlantirish lozim; turizm sanoatiga og'ir tushadigan va uning raqobat bardoshligiga zarar yetkazadigan maxsus soliq va to'lovlarni bekor qilish yoki qayta ko'rib chiqish kabi choralar ko'rsatilgan.

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

Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi 1989-yil davlatlar va turistik pasportlari, vizalar, tibbiy va valyuta nazorati, sayohat, safar va istiqomat qilish bilan bog'liq turizm rasmiyatchiliklari va bojxona tartiblarini osonlashtirish bo'yicha qat'iy choralar ko'rish lozimligini belgiladi. Turizm rasmiyatchiliklari sayohat qilishdagi murakkabliklarni yo'qotish, turistlar tomonidan boshqa mamlakat va mintaqalarga tashrifni yengillashtirishga qaratilgan bo'lishi lozim.

Turizm rasmiyatchiliklari bir necha katta bo'limlarga bo'linadi, jumladan:

- chet el pasportlari;
- vizalar;
- bojxona qoidalari;

- valyuta nazorati va valyuta almashtirish tartibi;
- sanitar qoidalar;
- kirish-chiqish tartibi;
- xorijiy turistlarning mamlakatda yashashi va harakatlanishining o'ziga xosligi;
- immigratsiya qoidalari;
- ba'zi boshqa tartiblar.

Xalqaro turizmda politsiya va sanitar rasmiyatchiliklarni farqlash mavjud. Bu o'rinda politsiya rasmiyatchiliklari deganda davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslarning o'rnatilgan pasport-viza tartibiga amal qilishi bilan bog'liq tadbirlar tushuniladi. Nazoratning bu turini amalga oshirish aeroportlar, temir va shosse yo'llarida, dengiz va daryo bekatlaridagi maxsus xizmatlar zimmasiga yuklatilgan (O'zbekistonda O'zbekiston Respublikasi Ichki Ishlar Vazirligiga).

Sanitar (tibbiy) rasmiyatchiliklar deb, davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslar va ularning jonivorlari (agar bo'lsa) o'rnatilgan emlash talabiga rioya qilishning nazoratiga aytiladi. Rasmiyatchiliklarga rioya qilishning nazorati mamlakatga kirish va chiqish uchun foydalaniladigan chegaraviy punktlarda maxsus sanitar xizmatlar tomonidan amalga oshiriladi va odatda turistlarda emlash haqidagi xalqaro sertifikat mavjudligini tekshirishdan iborat bo'ladi. Zarur holatlarda sanitar rasmiyatchiliklar tomonidan turistlarni va sayohatchilarni joyida emlash va xavf tug'lsa ularni vaqtincha izolyatsiya qilish ham ko'zda tutilgan. Turistlar va sayohatchilar olib o'tadigan hayvonlar uchun muvofiq veterinar sertifikatlar talab qilinadi.

Bojxona milliy qonunchilikka muvofiq holda davlat chegarasi orqali o'tayotgan yuk, yo'lovchilar, pochta jo'natmalari, pul va qimmatbaho buyumlarni nazorat qiladigan, o'rnatilgan bojxona bojlari va boshqa to'lovlarni olish, shuningdek, qonunchilik tomonidan belgilangan tartibga javob bermaydigan yuklarni to'xtatishni amalga oshiruvchi davlat organidir.

Bojxona rasmiyatchiliklari davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslarning buyumlar, tovar va valyutani olib kirish va olib chiqish qoidalariga rioya qilishni tekshirish tadbirlaridan iborat bo'ladi. Bojxona rasmiyatchiliklarining amaliyoti mamlakatga kirish va chiqish uchun foydalaniladigan chegara punktlaridagi bojxona xizmati zimmasiga yuklatilgan (Aeroportlar, temiryo'l, dengiz va daryo bekatlari, avtoyo'llardagi chegaradan o'tiladigan joylarda).

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

Butunjahon turizm tashkilotining valyuta operatsiyalari xususidagi tavsiyalari quyidagilardan iborat:

1) Valyutaning miqdori bojxona deklaratsiyasiga kiritilgan taqdirda uni olib kirishga ruxsat berish.

2) Chegaradan o'tishda molyaviy qiyinchiliklar va noqulayliklarga barham berish uchun tashrifchilar va turistlarga to'liq ma'lumotni taqdim etish.

3) Chiqishda turistlarga valyutani qayta almashtirish imkoniyatini yaratish.

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

5) Nazorat punktida valyuta almashtirishni tartibga soluvchi qoidalar va almashtirishning joriy kursi osib qo'yilishi lozim.

6) O'z davlatidan chiqishda mamlakatdan qaytib ketishga yetadigan miqdorda pulga ega bo'lishga ruxsat berish.

Pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar quyidagilardan iborat:

- Pasport fuqaro shaxsini tasdiqlovchi rasmiy hujjatdir. Unda jinsi, yoshi, tug'ilgan va yashaydigan joyi, fuqaroligi haqidagi ma'lumotlar beriladi. Xorijiy pasportdan tashqari alohida vaziyatlarda diplomatik, xizmat, konsullik pasportlaridan foydalanish mumkin;

- Xorijlik pasporti (shaxsini tasdiqlash) yoki mamlakatda doimiy istiqomat qilayotgan xorijiy fuqaroga beriladigan fuqaroligi yo‘q shaxslar hujjati;

- Er va xotinga (farzandli yoki farzandsiz) beriladigan oilaviy pasportlar;

- Bola pasporti, dengizchi pasporti va boshqalar;

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

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

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

O‘zbekistondagi bojxona qoidolari. Xorijiy valyuta olib kirish va olib chiqish cheklanmagan, deklaratsiya shartnomasida 2000 AQSH \$ dan ortiq miqdorda xorijiy valyutani olib chiqishga mamlakatga muvofiq miqdorda pul olib kirilganini tasdiqlovchi bojxona deklaratsiyasi bo‘lsa, ruxsat beriladi. Milliy valyutani naqd ko‘rinishida olib chiqish va olib kirish 272000 sum qilib cheklangan (274 AQSH \$ atrofida). Yirik miqdordagi milliy valyutani olib kirish va olib chiqish Markaziy bank ruxsati bilan mumkin (ko‘plab nazorat punktlarida olib chiqiladigan pullar tekshiruvi amalga oshirilmaydi). 16 yoshdan katta shaxslarga 1000 tagacha sigaret yoki 1000 gr. tamaki mahsulotlari; 1,5 litrgacha alkogol ichimliklar va 2 litrgacha vino; shaxsan foydalanish uchun ma’lum miqdorda pardozi vositalari, shuningdek, umumiy miqdori 10.000 \$ dan ko‘p bo‘lmagan shaxsan foydalanish uchun mahsulotlar bojsiz olib kirishga ruxsat berilgan. Giyohvand moddalar va kuchli ta’sir qiluvchi dori-darmon (ularni

qo'llash zaruratini tasdiqlovchi resepsiz), qurol va o'q-dori, O'zbekiston davlat siyosati va islom aqidalariga qarshi yo'naltirilgan foto sur'atlar, bosma va videomaterillarni, hayvonlarni (ularni olib kirish uchun maxsus ruxsat zarur), meva va sabzavotlarni olib kirish ta'qiqlangan. Barcha qimmatbaho buyumlar (taqinchoklar, foto va video kameralar, kompyuterlar va hakozi) bojxona deklaratsiyasida qayd etilgan bo'lishi shart.

Qimmatbaho materiallar va toshlar, muyna, qurol va o'q-dori, badiiy va tarixiy qimmatga ega buyumlar (bunga tayyorlanganiga 100 yildan ko'proq bo'lgan har qanday buyum kiradi) ni olib chiqish uchun davlat Madaniyat Vazirligining maxsus ruxsati zarurdir.