

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

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

Fakultet Servis va turizm

Kafedra Xalqaro turizm va turizm servisi

«Himoyaga tavsiya etildi»
Kafedra mudiri,
i.f.n. R.S.Amriddinova

Bayonnoma № 11 15 iyun 2015 y.

5610300 – Turizm (faoliyat yo;nalishlari bo’yicha) *ta’lim yo‘nalishi*

**Tft-111 guruh talabasi Xolov Azamat
Abdunabiyevichning “TURIZMNI
RIVOJLANTIRISHDA TURISTIK FIRMALARNING
O‘RNI («SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi
misolida)” mavzusidagi**

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

Ilmiy rahbar: G.R.Tursunova

SAMARQAND – 2015

MUNDARIJA

	Kirish.....	3
I-BOB.	TURISTIK FIRMALAR VA XODIMLARI FAOLIYATINING NAZARIY ASOSLARI.....	
1.1.	Turoperatorlik faoliyati va uning funksiyalari.....	7
1.2.	Turagentliklar ish texnologiyasi va funksiyalari.....	15
1.3.	Turistik safarlarni tashkil etishda turistik firmalarning tutgan o‘rni va roli.....	18
II-BOB.	«SAMISI SAYYOH PLUS» TURISTIK FIRMASI FAOLIYATINING TAHLILI.....	
2.1.	«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi faoliyati.....	23
2.2.	«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining asosiy vazifalari.....	28
2.3.	«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi tomonidan ishlab chiqilgan turlar.....	36
III- BOB.	TURISTIK FIRMALAR FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	
3.1.	Turistik firmalar faoliyatida xalqaro turlarni tashkil etish imkoniyatlari.....	52
3.2.	Turistik firmalarning o‘z oldiga qo‘yadigan maqsad va vazifalari.....	54
3.3.	Turoperatorlik xizmatlarida turistlar xavfsizligini ta’minlash masalalari.....	66
	Xulosa.....	76
	Takliflar.....	79
	Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati.....	80

KIRISH

Turizm - iqtisodiyotning yuqori daromad keltiradigan va jadal rivojlanayotgan yirik tarmoqlaridan. Ayni paytda, mazkur tarmoq dunyo mamlakatlari va xalqlarining madaniyat sohasidagi amaliy muloqotida o'ziga xos vosita vazifasini o'tamoqda. Jahon sayyohlik sanoatida turizmdan tushayotgan daromad avtomobil ishlab chiqarish, neft va gaz sanoatidan keyin uchinchi o'rinda turadi. Dunyoda turizm sohasida 195 million kishi – ish bilan band aholining sakkiz foizi mehnat qilmoqda. Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, dunyo bo'yicha sayyohlar oqimi yiliga 4-5 foiz o'smoqda. 2012-yilda sayyoramizda sayohat qiluvchilar soni bir milliarddan oshdi.

O'zbekiston azal-azaldan tarixiy me'moriy osori-atiqalari, buyuk mutafakkirlari va allomalari bilan jahon ahlini o'ziga jalb etib kelgan. Ammo mamlakatimizda mustaqillik yillardagina turizm soha sifatida to'liq shakllandi, jahon bozoriga chiqdi.

Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasida turizmning milliy modelini shakllantirish jarayoni amalga oshirilmoqda. Ushbu modelda ta'kidlanishicha mamlakatda rivojlantirilayotgan turistik bozor boshqa har qanday bozorlar kabi mamlakatning ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy vaziyatiga ta'sir ko'rsatadi. U mamlakatlar o'rtasidagi hamkorlikni rivojlantirish hamda investitsiya va kapital oqimini ta'minlash darajalarini aniqlashda muhim vosita bo'lib hisoblanadi. Ma'lumki, bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda, asosan, xususiy va tijorat kompaniyalari turistlarga xizmat ko'rsatadi. Biroq, har qanday sharoitda ham davlat optimal iqtisodiy va huquqiy zaminni yaratgan taqdirdagina turizm rivojlanishi mumkin. Agarda davlat kasbiy tayyogarlik masalalari, tabiiy va madaniy muhitni muhofaza etish, axborot-reklama ishlari va rasmiyatchilikni soddalashtirish kabilar bilan shug'ullanmasa, u holda turizm kutilganidek rivojlanish darajasiga erisha olmaydi. Bunda davlat tomonidan turizmni rivojlantirish, turistik xizmatlar bozorini shakllantirish, iqtisodiy tartibga solish usullari va richaglarini qayta isloh etish,

turizmni tashkiliy boshqaruv strukturalarini takomillashtirish, uning eksport salohiyatini oshirish va eng asosiysi, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish kabilarga tegishli uslubiy va amaliy yondashuvlarni ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mamlakatimizda turizm sohasini har tomonlama rivojlantirish, yurtimizga tashrif buyuradigan xorijiy turistlar oqimini ko'paytirish, xizmat ko'rsatish sifatini yuksaltirishga alohida e'tibor berilmoqda. O'zining bebaho madaniy merosi, tarixiy yodgorliklari bilan mashhur bo'lgan Xorazm vohasi, xususan, ochiq osmon ostidagi muzey deya e'tirof etiladigan Xiva turistik shahri ham qaytadan chiroy ochmoqda.

Bugun yurtimizda sayyohlarga tarixiy-madaniy yo'nalishlardagi sayohat turlaridan tortib ekstremal hordiqqacha bo'lgan xizmatlar taklif etilyapti. O'tgan yili mamlakatimizga 1,3 million xorijlik tashrif buyurgan bo'lsa, ularning 410,5 ming nafari turistlardir — bu 2009 yilga nisbatan qariyb yetti foizga ko'p. Ushbu ko'rsatkichning yil sayin o'sayotganining o'ziyoq turizm infratuzilmasining bugungi holati, tez sur'atlar bilan rivojlanayotganidan darak beradi. «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi rahbarligida va hamkorlikda mamlakatimiz turizm sohasining qiyofasini yaratmoqdalar. Ularning faoliyatiga nazar solib, o'y-fikr-lari, rejalari bilan tanishsangiz, soha taraqqiyoti, kelajagi ko'z oldingizda namoyon bo'ladi.

O'zbekistonda turizm faoliyatiga mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq davlat siyosati darajasida qaralmoqda. Turizm sohasining rivoji uchun barcha zarur tashkiliy-huquqiy mexanizm vujudga keltirilib, muhim me'yoriy hujjatlar qabul qilindi va bu ish hozirda ham davom etmoqda. Mamlakatimizda turizmning ravnaqi, uni yangi pog'onalarga ko'tarish, yurtimizni jahon turizm markazlaridan biriga aylantirish uchun, avvalo, turizm xizmat bozorini shakillantirishga zamin yaratish lozim bo'lmoqda. Bunda turizm sohasida turistik firmalarni rivojlantirish bitiruv malakaviy ishining **dolzarbligi** hisoblanadi.

Bitiruv malakaviy ishning o'rganilganlik darajasi. Turizm sohasi, turistik firmalar faoliyati va xizmat ko'rsatish sohasi bo'yicha chet ellik iqtisodchi olimlardan V.I. Azar, Ye.M. Anoxina, T.V. Brusokene, I.A. Revinskiy, JT.K. Romanova, A.A.

Samoylenko, A.D. Chudnovskiy, G.A. Yakovlev va boshqalar tomonidan tadqiq qilingan. Mustaqillik yillarida mamlakatimiz olimlari tomonidan ham ushbu Turizm sohasi, turistik firmalar faoliyati va xizmat ko'rsatish sohasi bo'yicha qator ilmiy izlanishlar olib borilgan. O'zbekistonlik olimlardan I.S.Tuxliyev, N.Tuxliyev, Z.Adilova, M.T.Aliyevlar ushbu soha bo'yicha o'z ilmiy ishlarida keltirib o'tishgan.

Bitiruv malakaviy ishning **maqsadi**- mamlakatimizda turizm sohasini rivojlantirishda turistik firmalar tomonidan yaratilgan jozibador turlardan foydalanish va keng targ'ib qilish bo'yicha takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Bitiruv malakaviy ishning **vazifasilari quyidagilardan iborat**:

- Turoperatorlik faoliyati va uning funksiyalarini yoritib berish;
- Turagentliklar ish texnologiyasi va funksiyalari haqida ma'lumot berish;
- Turistik safarlarni tashkil etishda turistik firmalarning tutgan o'rni va roli tushuntirish;
- «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi faoliyati haqida ma'lumot berish;
- «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining asosiy vazifalarini tushuntirish;
- «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi tomonidan ishlab chiqilgan turlar haqida ma'lumot berish;
- Turistik firmalar faoliyatida xalqaro turlarni tashkil etish imkoniyatlarini ochib berish;
- Turistik firmalarning o'z oldiga qo'yadigan maqsad va vazifalarini yoritish.

Bitiruv malakaviy ishning o'rganish **ob'ekti** – mamlakatimizda va Samarqand viloyatidagi turistik firmalardir.

Bitiruv malakaviy ishning **amaliy ahamiyati** – mamlakatimizda turizmni rivojlanish istiqbollari o'rgangan holda turistik firmalar, mehmonxonalar, turistik tashkilotlar va agentliklar uchun tavsiyalar va ko'rsatmalar ishlab chiqish.

Bitiruv malakaviy ishning ilmiy yangiligi turizm sohasida turfirmalar tomonidan ishlab chiqilgan yangi turlarni va marshrutlarni ishlab chiqish, tashkil

etish, takomillashtirish va joriy qilish bo'yicha nazariy-uslubiy va amaliy tavsiyalar berish bilan belgilanadi. Bular quyidagilarda o'z aksini topgan:

- Turoperatorlik faoliyati va uning funksiyalari yoritib berilgan;
- Turagentliklar ish texnologiyasi va funksiyalari haqida ma'lumot berilgan;
- Turistik safarlarni tashkil etishda turistik firmalarning tutgan o'rni va roli tushuntirilgan;
- «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi faoliyati haqida ma'lumot berilgan;
- «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining asosiy vazifalari tushuntirib berilgan;
- «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi tomonidan ishlab chiqilgan turlar haqida ma'lumot berilgan;
- Turistik firmalar faoliyatida xalqaro turlarni tashkil etish imkoniyatlari ochib berilgan;
- Turistik firmalarning o'z oldiga qo'yadigan maqsad va vazifalari yoritilgan.

Bitiruv malakaviy ishning tarkibi- - kirish, 3 ta bob, shuningdek, I – bobda 3 ta, II – bobda 3 ta va III – bobda 3 ta paragraf savollari, xulosalar, tavsiyalar, foydalanilgan adabiyotlar ro'yhatidan iborat. Ishda 5 ta rasm va qo'shimcha turistik firmaga oid 16 ta rasmlar keltirildi. Ishning hajmi 82 betdan iborat. Qo'lyozmalar kompyuterda terildi va sahifalandi.

I-BOB. TURISTIK FIRMALAR VA XODIMLARI

FAOLIYATINING NAZARIY ASOSLARI

1.1. Turoperatorlik faoliyati va uning funksiyalari

Turizm operatori – tijorat maqsadi uchun turizm mahsulotini realizatsiyasini, uni taklif etuvchi, tayyorlash va rejalashtirishda bevosita ishtirok etuvchi turizm bozorini faol sub'ektidir. Bu turoperator faoliyati yordamida vakolat imtiyoziga ega haridor agentlari nomidan turistik xizmatlarni bir necha muddat ilgari harid etish, bronlash, o'zlashtirish, turpaketlar hozirlash demakdir. Operator shunday qilib, sayohatni murakkab tizimini inobatga olgan holda uni iste'molchi bilan bog'lovchi, turizm sohasi va turistik korxona infrastrukturasi bilan bevosita aloqador, to'g'ridan-to'g'ri xizmatlar ijrochisi (mehmonxonalar, tashuvchilar, ekskursiya firmalari, sug'urta kompaniyalari, banklar va b.) maqsadida turistlarga samarali xizmatlarni uyushtiruvchidir (transferlar, ekskursiya dasturlari va b.).

Turoperator xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan shartnomalar bo'yicha va turistlar ehtiyojlariga mos ravishda turlar majmuasi bilan shug'ullanadigan turistik firma(tashkilot)dir. Turoperator - bu turistik paket ishlab chiqaruvchidir. U turistik yo'nalishlar ishlab chiqish va turlar shakllantirish 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. 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 faoliyati bosh yo'nalishi ommaviy iste'mol talablariga mo'ljallangan turistik mahsulotlar ishlab chiqarishga qaratilgan. Ular xizmatlarni yig'ib mujassamlashtirishadi. Ularni safar marshrutlarini standartlash, dasturlar va majmualar xizmat ko'rsatish yo'li bilan turistlarga yagona paketda (pekij-turlar) sotadilar. Bu esa ularga bozorga raqobatbardosh takliflar bilan chiqishga imkon beradi.

Turoperatorlar tomonidan tashkil qilingan xizmat ko'rsatish turlari uzoq yillar davomida sezilarli o'zgarishlarga duch keldi. Bir tomondan turistik firmalarni qisqartirishga o'tkir raqobat majbur etayapti. Mijoz uchun kurashda har bir turoperator jalb qiladigan narxlarni belgilashga intiladi. U paketdan ayrim xizmatlarni chiqarib tashlaydi. Bu bilan arzon safar tasavvurini uyg'otadi. Masalan, ko'pchilik firmalar o'zlari sotayotgan safarlarda faqat marshrut bo'yicha joydan-joyga olib borish va aeroportdan (vokzaldan) mehmonxonaga va yana orqaga transferni saqlaydi. Boshqa xizmatlar (ovqatlanish, ekskursiya, bagajni olib borib berish va boshq.) ni turistlar safar chog'iga qo'shimcha pul to'lash orqali olishadi. Natijada turistlarning asosiy va qo'shimcha xizmatlarga harajatlari 60 ga 40 nisbatga keladi. Bunday nisbatga turizm infratuzilmasi yuksak rivojlangan sharoitda (kofe, barlar, attraksionlar, kazino va boshq.) gina erishiladi.

Turoperatorlar turizm sohasida 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 keladi.

Birinchida holda, ya'ni, turoperator paket shakllantirayotganda u turmahsulotlar ishlab chiqaruvchisi sifatida faoliyat yuritadi. Ikkinchida holda, ya'ni, 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 kafolatlanish olish qobiliyatiga ega. Ugurji turoperator narxlari har doim mehmonxonalar narxlaridan arzon bo'ladi. Ammo baribir turoperatorlar mahsulotlarning keng ko'lamining ulgurji sotuvchisi sifatida emas, balki yangi mahsulotlar ishlab chiqaruvchi sifatida ko'rib chiqish lozim.

Turoperatorlar va turagentlar hamkorligi har ikkala tomonga manfaat keltiradi. Turoperator va turagentlarda turistik safarlarni sotish hajmini o'stirish imkoniyati mavjud, yangi bozorga chiqadi. Bu bilan o'z xodimlarini ta'minlash harajatlarini, ijara binolarini, ularning uskunalarini tejaydi. O'z navbatida turagent safarlarni oxirgi iste'molchisiga sotib bergani uchun vositachiligiga komission mukofat oladi. Uning hajmi odatda sotilgan turistik mashulot bahosiga nisbatan foiz hisobida aniqlanadi va 10 % ni tashkil qiladi. U ko'paytirilishi ham mumkin (masalan, kelishilgan hajmdan ko'proq turistik xizmat sotilganda). Komission mukofat turagentlikning asosiy daromad manbai bo'lib xizmat qiladi.

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

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

Turoperatorlar quyidagilarga ajratiladi:

Faoliyat turiga ko'ra¹:

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

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

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

Faoliyat joyiga ko'ra:

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

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

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

¹ Tuxliyev I.S., Ibadullayev N.E. "Turizm operatorlik xizmatini tashkillashtirishning asoslari" O'quv qo'llanma. SamISI. Samarqand 2011. 256 b.

Bundan tashqari, turoperatorlarni *Initiativ* va *Reseptiv* turoperatorlarga ham bo‘lish qabul qilingan.

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

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

Real turizm tadbirkorligida, ko‘pincha, turizm bozori uchun harakterli bo‘lgan vazifalarning aralashuvi uchrab turadi. Turistik firma o‘zining ba‘zi mahsulotlariga nisbatan ham reseptiv, ham initsiativ turoperator, ba‘zi hollarda esa boshqa turoperator tomonidan shakllantirilgan tayyor turlarni sotish bo‘yicha turagent sifatida ham kelishi mumkin.

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

Reseptiv turoperator qabul qilish uchun turlarni shakllantirish bilan shug‘ullanadi. Initsiativ maxsuslashgan turoperator, qoida bo‘yicha, bir necha

joylarda qabul qilishlardan mujassamlashtirib turlarni shakllantiradi. Bunga misol qilib ijaraga olingan maxsuslashtirilgan transportdagi transto‘plamni olish mumkin.

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

Turizm xizmat bozorida turoperator bir qancha funksiyalarni bajaradi. Jumladan, *narxni shakllantirish* funksiyasi turoperatorlar uchun muhim ahamiyatga egadir. Har bir turoperatorning imkoniyati narxni shakllanishiga ko‘ra bir xil emas. U o‘z ob‘ektiv va sub‘ektiv omillariga ega. Doimiy ravishda turistlarni kutib olish, kuzatish xizmatlari, o‘z navbatida xususiy charter reyslarini tashkil etishni bunday holat esa pirovardida dam olish markazlarida xususiy vakilliklarini ochish, mehmonxona korxonalariga o‘z ta’sirini o‘tkazishga olib keladi. Ta’kid etilgan omillar turistik xizmatlarni narxiga bevosita ta’sir etadi.

Siljitish funksiyasi, ya’ni turizm mahsuloti turoperatorning marketing faoliyatini belgilovchi muhim shakllaridan biri hisoblanadi. Turloyihani maksimal rentabilligini ta’minlash uchun xususan, yangi yoki modifikatsiyalangan turoperator barcha ma’lumotlarni har qanday turini yoyilishida manfaat yuzasidan kirishadi (marshrut, transfer mablag‘larini taklif etilish, joylashtirish, bo‘sh vaqtlarni o‘tkazish, narx diapozoni taklifi, reklamalar).

Axborotlashtirish funksiyasi zamonaviy turizm operatorlaridan ehtimol tutilgan dalillarni qayta ishlash, siljitish, turoperator realizatsiyasida (masalan, sayohatlarni farqli xususiyatlari, turistik markazlar va taklif etilgan xordiq chiqarish, turistik imkoniyatlari xususiyati, madaniyat va mahalliy aholining vakillari, yodgorlik va muqaddas joylar, kirim-chiqim hujjatlarining rasmiylashtirish jarayoni va boshqalar) kamnoma yoki umuman noma’lum xabarlar jarayonida namoyon bo‘ladi.

Turoperatorning *novatorlik funksiyasi* har qanday tijorat tashkilotini turizm bozorining o'zgaruvchi sharoitlardan kelib chiqib, turmahsulotning yangi xillarini, modifikatsiyalarini ishlab chiqish, yaratishda tinimsiz izlanishlar olib borish, turistlarni maksimal ehtiyoji talablarini qondirish, agent tarmog'ida ko'pqirrali o'zgarishlarga moyil savdo-sodiq ishlarini tashkil etishdan iborat.

Yirik pul mablag'i aylanmalari, muhim ahamiyatga molik ishchilar soniga ega bo'lish, turoperatorlarni *byudjetni shakllantiruvchi funksiyalarini* bajarilishi uchun nomutanosiblikni yuzaga keltiradi. Bu asosan kam rivojlangan davlatlarda, iqtisodiy tizimlari kam samaraga ega mamlakatlarda, beqaror bank tizimi hukm surayotgan bir vaqtda kuchli investitsiya imkoniyatidan mahrum mintaqalarga xos xususiyatdir. Bir muhim nuqtai-nazarni diqqat e'tibordan qochirmaslik zarur, ya'ni turoperatorlar aviyakompaniyalar, transport tashkilotlari, mehmonxona industriyasi korxonalari, ekskursiya firmalari, umumiy ovqatlanish korxonalari, ko'ngilochar xizmatlarni ko'rsatuvchi tashkilotlarni ish bilan ta'minlaydi, kelib-ketuvchi turistlar hisobidan foyda olishga imkoniyat yaratadi.

Turoperatorni *integratsiyalovchi funksiyasi* bevosita yoki bilvosita mamlakat tashqi siyosati, uning yo'nalishi, ustivorligini jahon miqiyosida tashqi siyosatda belgilayapti desak xato qilmaymiz. Nafaqat tashqi iqtisodiy aloqalar shaklini o'zida mujassamlashtirish balki, xalqaro turizm madaniy, ijtimoiy, ilmiy almashuvlar vositasi hamdirki, o'z navbatida bunday holat diplomatik aloqalardan ham kuchliroq quvvatga egadir. Bir tomondan resipiyent mamlakat barqaror turistlar oqimi degani bu valyuta tushumi, ish o'rinlari, aholi bandligini o'sishi, iqtisodiy infratuzilmani rivojlanishidan mahrum bo'lib qolishdan hech bir manfaat topmaydi. Ikkinchi tomondan donor mamlakat o'z fuqorolarini chetga chiqishiga to'sqinlik qilmaydi, bu degani tadbirkorlikni barqaror rivojlanishi, yangi ish o'rinlarini yaratish, barqaror soliq to'lovlari, mamlakat uchun iqtisodiy faollikni yiriklashishidir. Natijada ikki mamlakat sayyohlik ayirboshlov faoliyatiga qo'l urgan, ikki tomon ham iqtisodiy hamkorlik rishtalarini hozir etishganlar.

Yuqorida ta'kid etilgan funksiyalardan tashqari yana bittasi *operator lobbilik funksiyasidir*. Turoperatorlar haqiqatdan ham iqtisodiyotni xoxlagan go'shasida faoliyat yurituvchi korxonalarga o'z ta'sirini o'tkazish imkoniyatiga ega bo'ldilar. Ushbu korxonalarni ishlab chiqarish yo'nalishi bo'yicha turoperator lobbisi ta'minotchi – korxona ya'ni turistik xizmatlarni taklif etuvchilardir.

Shunday qilib, turoperator zamonaviy dunyoda ko'pgina turistik industriya korxonalariga potinsial mijozlar taklif etishda kafolat ramziga aylandi, bu o'z navbatida uni haqiqiy kuch salohiyatini qo'lga kiritishga olib keldiki, buning natijasida ularning faoliyat ko'rsatishi oshib boradi. Mamlakat va mintaqalarda turistlarning tutgan o'rni, iqtisodiy tizimga ta'sirini keng tus ola boshlaganidan turoperatorlar xususida dunyo davlatlari o'rtasida o'zaro rioya etiladigan tartiblar ishlab chiqilgan. Birinchi o'rinda turopereytingga oid faoliyat uchun ruxsatnoma, davlat organini aniqlash ruxsatnoma vakolatlari talab etiladi. Talab etiladigan ruxsatnomani (litsenziya) davlat qonunchiligiga muvofiq va mahalliy sharoitlardan kelib chiqib uch guruhga bo'lish mumkin:

- mustaqil faoliyat yurituvchi huquqini beruvchi turoperator ruxsatnomasini (litsenziyani) yuridik shaxs sifatida qonuniy shakllanganligini tasdiqlovchi hujjatlar taqdimoti, eng avvalo yuridik shaxslarni ta'sischi haqida ma'lumot, uning tashkiliy-huquqiy shakli, ustav kapitalini o'lchami, ishtirokchi firmasining mulki to'g'risida ma'lumot;

- turizm sohasida tajribaga ega bo'lgan ishchilar guruhining, shtatlarning mavjudligi yoki ma'lumoti muvofiq keladigan, ya'ni kelajakda sifatli turoperator xizmatlari ko'rsata olish mumkinligi isbotlovchi holatlarni talab etilishi;

- kelajakda turoperatorlik faoliyati istiqbollari uchun shartnomalar (yuk tashuvchilar, boshqa turoperatorlar bilan shartnoma munosabatlari) mavjudligi.

1.2. Turagentliklar ish texnologiyasi va funksiyalari

Agent bitimi. Turoperator va turagent o'rtasida hamkorlik agent bitimi asosida olib boriladi. Bu bitimda tomonlarning o'zaro asosiy hamkorlik prinsiplari – turlarni sotish, bir – birlarining va turistlar oldida ularning burch va huquqlari belgilab olinadi. Agent bitimining nisbatan ko'proq tarqalgan formulasi quyidagilar hisoblanadi:

Turoperator huquq beradi, turagent esa o'z nomidan turoperatorning turlarini sotish majburiyatini qabul qiladi va ma'suliyatni buyniga oladi. Evaziga turoperator tomonidan komission taqdirlar oladi. Bunday formula shuni bildiradiki:

- turist bilan tuziladigan oldi-sotdi shartnomasi va boshqa safar hujjatlarda turagent aytilishi kerak;
- Tursotish bilan bog'liq barcha ishlab chiqarish harajatlari va chiqimlar turagent tomonidan to'lanadi;
- turagent sotilgan turni bajarilishi uchun o'z haridori oldida bevosita javobgardir.

Turoperator o'z tomonidan turagentga har bir sotilgan tur uchun komission taqdirlashni tulaydi. Bunday taqdirlash miqdori turni sotish narxiga foiz hisobida belgilanadi yoki qayd qilingan summa ko'rinishida to'lanadi. Turoperator shuningdek turagent oldida sotilgan turni bajarish chog'ida vujudga keladigan turistga yetkazilgan moddiy va ma'naviy zarar uchun to'liq javob beradi.

Yuqorida aytib o'tilgandek, chakana turagentlik huquqiy – tashkiliy shakllarga tobe bo'lmagan holda turistik korxonalar tomonidan ishlab chiqiladigan, turoperator tomonidan shakllanadigan alohida xizmatlarni ham, majmualari standart turlar (inklyuziv - turlar) ni sotish bilan shug'ullanadi.

Ko'pchilik xorijiy mamlakatlarda amaldagi qonunchilikka muvofiq bunday turlarni sotish huquqi faqat chakana turagentliklarga berilgan. Shuning uchun mazkur biznes ular uchun asosiy faoliyat turi hisoblanadi. Ammo turagentlar kompleks

turlarni chakana sotish bilan bir qatorda katta miqdorda turli xil turistik xizmatlarni sotishda ham ishtirok etadi. Ularning ruyxatiga quyidagilarni kiritish mumkin:

- muzeyga ekskursiyalar, rasmlar galeriyasi, arxitektura yodgorliklari shahar tashqarisiga sayr va boshq.;

- sanoat va qishloq xo‘jaligi korxonalari va ijtimoiy-maishiy, madaniy oqartuv muassasalariga ekskursiyalar;

- ichki va xalqaro transport biletlarini sotib olish;
- gid (ekskursovodlar) va gid-tarjimonlar xizmati;
- mehmonxona xizmatlari va qo‘shimcha joylashtirish vositalari xizmatlari;
- umumiy ovqatlanish korxonalari xizmatlari;
- avtotransport ijarasi;
- xorijga chiqish vizalarini olishga so‘rovlarni rasmiylashtirish;
- sug‘urta polislarini sotish;
- sport va madaniy tadbirlarga kirish biletlari sotish;
- suvenirlar, pochta yo‘llanmalar, yo‘l ko‘rsatkichlar, markalar sotish;
- valyuta almashtirish;
- turistik va sport anjomlarini ijaraga olish.

Shunday qilib, turagentlikning asosiy funksiyasi – bu:

- turoperatorlar, mehmonxona va transport korxonalari, ekskurs byurolari, sayr-tomosha korxonalari va boshqa turistik xizmatlarni yetkazib beruvchilar bilan ular ishlab chiqadigan xizmatlarni chakana haridorlarga sotish huquqini olish maqsadida agentlik munosabatlarini o‘rnatish;

- o‘zining turistik xizmatlar mikro bozorida harakatlanishni tashkil qilish, shu maqsadda pochta reklamalari, telefon orqali murojaatlar, shaxsiy aloqa va boshqalardan foydalanish;

- potensial haridorlarni sotiladigan xizmatlar va ularni sotish tartibidan xabardor qilish;

- haridorlarni tanlangan turlar (xizmatlar) ga talabnoma olish va bu talabnomalarni turoperator yoki boshqa xizmatlar yetkazib beruvchilarga ularni bronlashtirish va tasdiqlash uchun uzatish;

- haridordan tur (xizmat) uchun to'lov haq qabul qilingani tasdig'i olingancha, zarur turhujjatlarni rasmiylashtirish va o'z vaqtida turoperatorga yoki boshqa xizmat yetkazib beruvchiga tegishli summa o'tkazishga taqdim etish, xorijga tur sotishda vizani rasmiylashtirish, turoperatorga berish uchun haridorning xorijga chiqish pasportini qabul qilish;

- turoperator yoki boshqa xizmat yetkazib beruvchi tashabbusi bilan turning o'zgartirilgani yoki bekor qilinganligi haqidagi ma'lumotni haridorga yetkazish;

- haridordan qabul qilingan va turoperatorga yoki boshqa xizmatlarni yetkazib beruvchilariga uzatilgan haridor talabnomalari o'zgartirilishi yoki sotib olingan turlar (xizmat) ni bekor qilish;

- turoperator yoki boshqa turistik xizmatlarni yetkazib beruvchi oldida barcha amalga oshirilgan sotuvlar haqida muntazam hisobot berib borish;

- haridordan sotib olingan xizmatlarni bekamu – ko'st bajarilishi bo'yicha shikoyatlarni bartaraf etishda ko'maklashish;

- turagentlik bozordagi vaziyat haqida, turistlar bildirgan tanqidiy fikrlar va istaklar to'g'risida axborotlar yig'ish va ularni turoperator va boshqa xizmat yetkazib beruvchilarga uzatish.

Yuqorida ko'rsatilgan xalqaro turistik safarlarni tashkil qilishning ana'anaviy tarkibi bilan bir qatorda (turoperatorlar va turagentliklar) bu sohaga boshqa soha tashkilotlari tobora ko'proq kirib faol harakat qilishmoqda. Bunda xalqaro aviakompaniyalar, mehmonxona zanjirlari, banklar, sug'urta tashkilotlari, savdo uylari, o'zlarining asosiy vazifalari bilan birga turistik xizmatlar sotish bilan shug'ullanuvchi savdo tarmoqlari ko'zda tutilmoqda. Masalan, aviakompaniya aviabilet sotishda haridorga mehmonxona, transfer, beradigan manzilda ekskursiya bronlashtirishni taklif qiladi. Bunday tashkilotlar uchun umumiy bo'lgan ushbu

sohalarda ortiqcha kapital hosil bo'lganligi sabab bo'ldi. Bu esa xalqaro turizmni rivojlantirish uchun ko'p yillar oldin istiqbollarini ishlab chiqishga qulay sharoit yaratadi.

Turistik biznesga o'z kapitallarini sarflar ekan, bu tashkilotlar avvalo boshdan turistik bozorda raqobat kurashida ustunlikka erishish imkoniga egadirlar. Chunki o'z xususiy sotish tarmoqlari (chakana sotish punkti), masalan, bilet kassasi, bank bo'limi, sug'urta agenti, shuningdek yaxshi yo'lga qo'yilgan avtomat bronlashtirish tizimi, qaysikim turistik xizmatlarni sotish uchun qo'llaniladigan keng imkoniyatlarga egadir.

1.3. Turistik safarlarni tashkil etishda turistik firmalarning tutgan o'rni va roli

Barcha sayohatlar xoh ichki, xoh xalqaro turizmga bo'lsin, uyushtirilgan va uyushtirilmagan sifatida baholanadi.

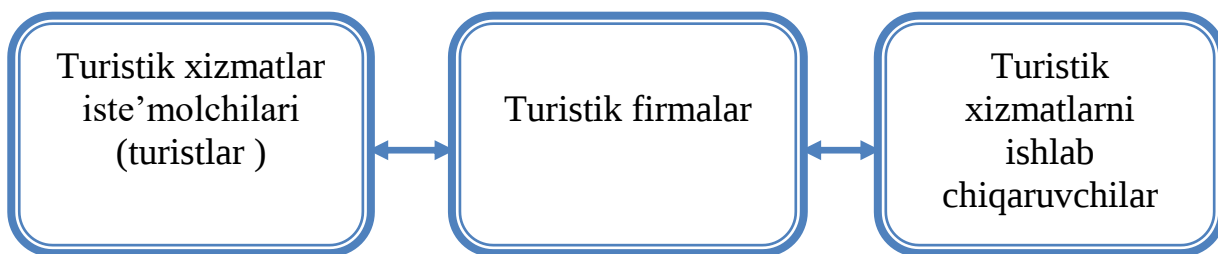
Turistik firmalar vositachiligi yordamida xorijga yoki o'z mamlakatiga yakka yoki guruh bo'lib sayohat qilish **uyushtirilgan tur** hisoblanadi.

Yakka yoki guruh bo'lib o'z mamlakati yoki xorijga turistlarning o'zlari tomonidan tashkil etilgan sayohat esa uyushtirilmagan tur hisoblanadi. Odatda turizmning bu kategoriyasiga nisbatan «havaskor turizm» (oddiy tilda «Yovvoyilar») degan atama qo'llaniladi.

Uyushtirilgan va uyushtirilmagan tur maxsus statistikasi milliy va xalqaro masshtabda yurgizilmaydi, ammo ekspertlar bahosi bo'yicha jahon turizmi umumiy hajmiga uyushtirilgan turizmning 35 % ga yaqin, uyushtirilmagan turizmning 65 % ga yaqin ulushlari to'g'ri keladi.

Uyushtirilgan turlarning ulushi hozircha uyushtirilmagan turlardan ancha orqada qolayotgan bo'lsada, mutloq raqamlarda uyushtirilgan turlar ko'p sonli oqimlarni tashkil qiladi va yildan yilga ortib borayapti.

Turistik firmalar tadbirkorlik tarkibi, turistik xizmatlar oldi-sotdisi sohasida tijoriy asoslarda vositachilik operatsiyalari bilan shug'ullanuvchilar tushuniladi. Turistik firmaning o'zi turistik xizmatlar ishlab chiqarmaydi. U buning uchun zarur ishlab chiqarish vositalariga ega emas. Shuning uchun u sof vositachilik vazifasini bajaradi va ist'molchi topshirig'i bilan ishlab chiqaruvchilardan har xil turistik xizmatlarni sotib oladi (mehmonxona, transport ovqatlanish korxonalari va sayr tomoshalar va boshq.). Turistik firma istemolchi va turistik xizmatlar ishlab chiqaruvchilar o'rtasida vositachi vazifasini egallaydi, bu quyidagi rasmda ko'rsatilgan.



1-rasm. Turistik xizmatlarning oldi-sotdi jarayoni

Mamlakatning katta qismida turistik biznes ko'p sonli tadbirkorlik faoliyatiga berilgan. Ular milliy qonunchilikka muvofiq tuziladi va faoliyat yuritadi. Ular o'rnatilgan standartlar, talablar, shartlariga qat'iy amal qilishga majburlirlar.

Ta'kidlash kerakki, turistik firmalar faoliyatida operatsiyalar hajmi va harakteri, bozordagi o'rni, faoliyat ixtisoslashuvi va turistik bozorning boshqa shartlari bilan bog'liq sezilarli farqlar ko'zga tashlanadi. Eng avvalo, turistik firmalar turoperatorlar (turtashkilotchilar) va turagentlik (turagentlar)ga bo'linadi.

Turoperatorlar. Ular turistik mahsulotlarni ulgurji sotuvchilar hisoblanishadi. Turoperatorlar turistik xizmatlar ishlab chiqaruvchilar va ularni chakana sotuvchilar o'rtasida bog'lovchi o'rinni egallaydi. Ommaviy turistik mahsulotlar (inklyuziv safarlar) yaratish uchun ular mehmonxona, restoranlar, transport korxonalari katta

hajmdagi xizmatlarini sotib oladilar, ulardan belgilangan yo‘nalishda guruh va individual sayohatlar uchun safar paketlarini shakllantiradilar.

Turoperatorlar uyushtirilgan turizmning bosh generatorlari hisoblanadi. Ularning asosiy vazifasi bozor talablarini o‘rganish va qondirishdan iborat. Ulgurji turfirmalarga o‘z biznesini rivojlantirish uchun sezilarli moliyaviy vositalarni investitsiya qilishga to‘g‘ri keladi. Bu o‘z savdo markazi va mahsulotning harakati, samarali sotish tarmog‘i yaratish va boshqalar uchun zarurdir.

Turistik bozorning katta bo‘lakligi, segmentatsiyasi va talabi tuoperatorlarning faoliyatini o‘z mahsulotini aniq ixtisoslangan yo‘nalishga qaratishiga zarurat tug‘diradi. Tuoperatorlik faoliyatini asosiy ixtisoslashga yo‘nalishlar hisoblanadi:

1. Xorijiy turistlarni qabul qilish va xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashish. Bu faoliyat bilan shug‘ullanuvchi turfirmalar qabul qilish bo‘yicha turoperatorlar deyiladi. O‘zlarining asosiy vazifalarini bajarish uchun ular:

- mamlakatda mavjud turistik resurslarni va ulardan foydalanish, egallash, o‘z mamlakati bo‘ylab turistik turlar xususiyatlari haqida axborotlarni yaxshi bilishi;
- o‘z mamlakatida turizmning moddiy-texnik bazasi haqida axborotga ega bo‘lishi, turistik xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar bilan ishchan aloqada bo‘lish va xorijiy turistlarga xizmat ko‘rsatish uchun ulardan foydalanish imkoniyatlari;
- xorijiy turistlarni vizali qo‘llab-quvvatlash, turfirma taklif etadigan mamlakatga safarlarni sotib olish huquqi (referens)ga ega bo‘lish;
- xorijiy turistik bozorda o‘z mahsulotini sotish va harakatlanish kanallariga ega bo‘lish.

2. O‘z mamlakati fuqarolarini xorijga turistik safarga borishini tashkil qilishga ixtisoslashish. Bu operatsiyalar bilan shug‘ullanuvchi turfirmalar yo‘nalish bo‘yicha turoperatorlar deyiladi. O‘zlarining asosiy funksiyalarini bajarish uchun ular:

- o‘z mamlakatida chiqish turizmi bozorida yaxshi o‘ringa ega bo‘lishi, o‘z yurtdoshlariga xorijga turistik turlarni taklif etish va sotish imkoniga ega bo‘lishi;

- o‘z turistlarini xalqaro davlatlarga borishini ta’minlash uchun xalqaro tashrifchilar (avia va avtotransport, temiryo‘l va suv transporti) bilan mustahkam ishchanlik aloqasida bo‘lish;

- qabul qilinadigan xorijiy turistlarga sifatli xizmat ko‘rsatish va vizaviy qo‘llab – quvvatlashni ta’minlash uchun qabul qilish bo‘yicha chet el turoperatorlari bilan mustahkam sherikchilik munosabatlariga ega bo‘lish;

- turli mamlakatlarga turistik safarlar shartlari bo‘yicha zarur axborotga ega bo‘lish.

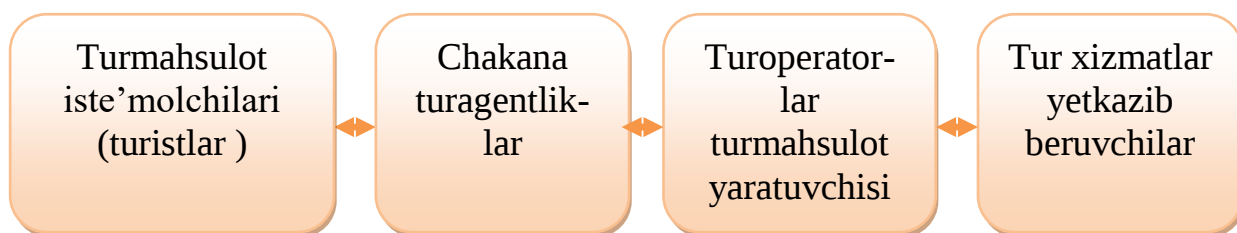
Bozor segmentlari bo‘yicha turistik firmalar ixtisoslashuvi. Hozirgi zamon ehtiyoj taraqqiyotida va ko‘p sonli turistlar xohish istaklarida birorta firma, hatto u yirik turistik firma bo‘lsin, mavjud bozor segmentlari va qashshoqligini faoliyatiga qamrab ololmaydi. Amalda har bir turistik firma o‘zi uchun nisbatan kirish qulayroq va bozor talabining foydaliroq segmentini tanlaydi. Shu asosda u o‘z turistik mahsulotini shakllantiradi, narxlarni belgilaydi, tegishli sotish va harakatlanish kanallaridan foydalanadi. Shunday qilib ixtisoslashgan turistik firma vujudga keladi. Demografik, ijtimoiy – iqtisodiy va talabning psixologik xususiyatlariga bog‘liq holda biz turoperatorlarni quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha ixtisoslashuvini kuzatishimiz mumkin:

- yoshlar turizmi (maktab o‘quvchilari, talabalar);
- keksalar turizmi (pensionerlar, veteranlar);
- ommaviy turizm (o‘rtacha daromadli kishilar uchun);
- alohida e‘tiborli “Elitar turizm” (yuqori daromadli shaxslar uchun);
- avtobus va kema turizmi;
- ekskursiya – tomosha turizmi;
- dam olish, davolanish, sport bilan shug‘ullanish maqsadidagi turizm;
- kongress turizmi va boshqalar.

Turistik agentlik (agentlar). Ular vatandoshlari yoki chet ellik turistlarga shaxsiy notijoriy iste’mol uchun turistik xizmatlarni chakana sotuvchilari sifatida

chiqishadi. Chakana turagentlik turoperatorning turistik mahsulotlarini realizatsiya qilishda muhim rol o'ynaydi. Bundan tashqari, ular juda ko'p boshqa xizmatlar– masalan, mehmonxonaga joylashtirish, restoranda ovqatlantirish, transportda tashish, teatr – tomosha tadbirlari bilan shug'ullanadilar.

Turoperator va turagentlikning turistik bozordagi o'rni quyidagi 2-rasmda namoyish etilgan:



2-rasm. Turoperator va turagentlikning turistik bozordagi o'rni

Ularning asosiy daromad manbai sotilgan xizmatlarga yetkazib beruvchilar to'laydigan komission taqdirlash hisoblanadi.

Turagentliklar turli mamlakatlarda amalda bo'lgan qonunchilikka muvofiq yuridik yoki jismoniy shaxs sifatida rasmiylashtiriladi. Ular hududi bo'yicha uncha katta bo'lmagan bozorda ishlashadi. Katta bo'lmagan aborotga ega bo'lishadi turistik bozor konyukturasi va turoperatorlar hamda transport kompaniyalari siyosatiga kuchli bog'liq bo'ladi.

II-BOB. «SAMISI SAYYOH PLUS» TURISTIK FIRMASI FAOLIYATINING TAHLILI

2.1. «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi faoliyati

«SamISI Sayyoh Plus» MCHJ 01.10. 2007 yilda yuridik maqomga ega bo'ldi. Nizom jamg'armasining 51 % Samarqand iqtisodiyot va servis institutiga tegishli bo'lib, guvohnoma raqami № 02653 hisoblanadi.

«SamISI Sayyoh Plus» MCHJga 14 iyul 2008 yilda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi majlisining bayoni asosida № 457-08 raqamli litsenziya berildi. 25 sentyabrda 2008 yilda esa «SamISI Sayyoh Plus» MCHJga O'zbekiston Sertifikatlashtirish milliy tizimi «Tur servise standart» DUK tomonidan muvofiqlik sertifikatini qo'lga kiritdi. Ushbu firmaning asosiy faoliyati Samarqand va butun O'zbekistonda mahalliy va yoshlar turizmini rivojlantirishda talabalar bilan hamkorlikda ishlashdan iborat. Shuningdek, turistik firma direktor, buxgalter, xalqaro bo'lim turoperator va mahalliy bo'lim turoperator vazifasidagi xodimlardan tarkib topgan.

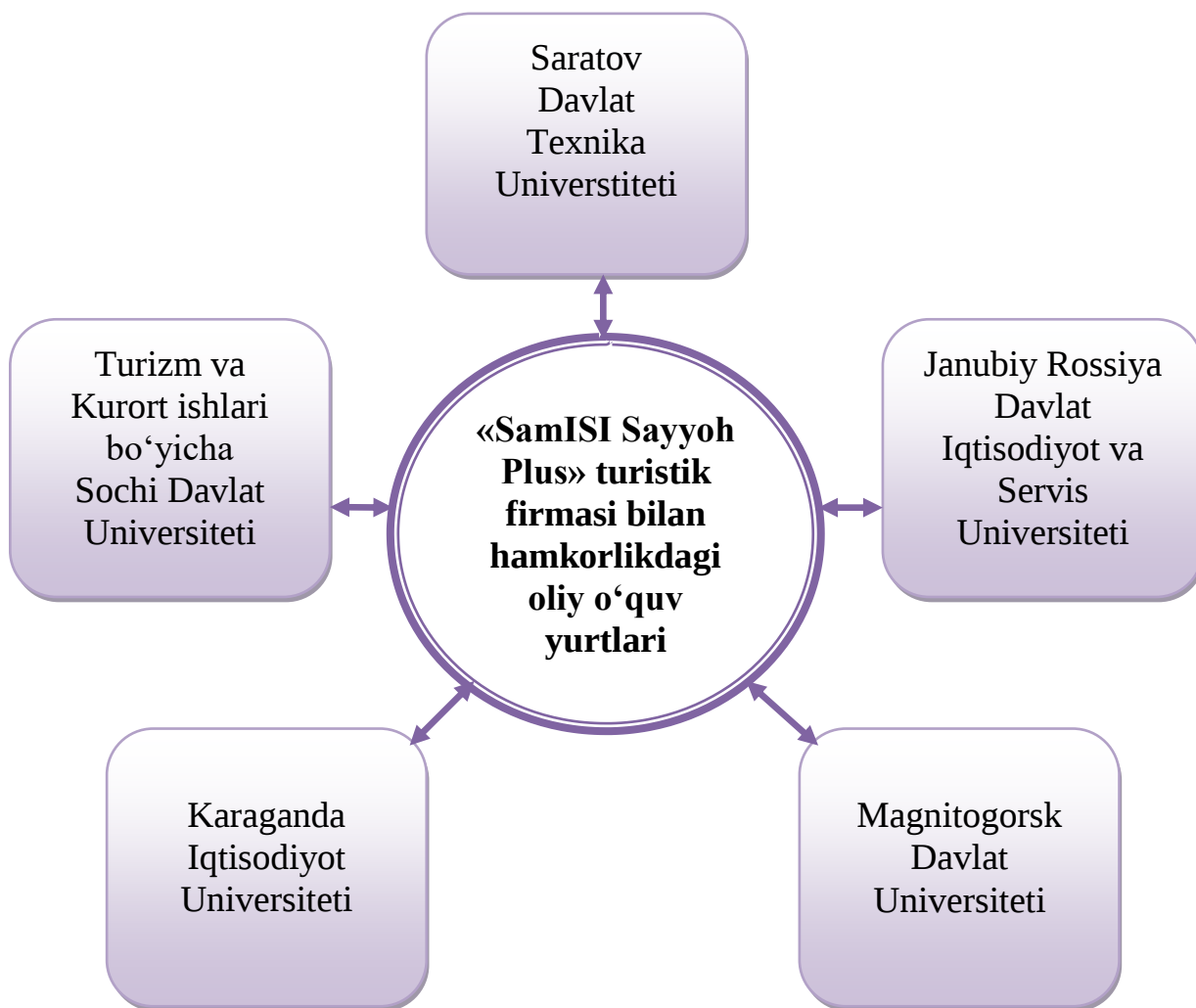
Turistik firma faoliyati davomida shu kunga qadar quyidagi marketing ishlari olib borildi:

- 126 ta turistik tashkilot va korxonalar bilan aloqa o'rnatildi. Samarkand, Buxoro, Xiva shaharlari mehmonxonalari, turistik firmalari, transport tashkilotlari bo'yicha axborot bazasi yaratildi. Ushbu baza yaratilishi tur mahsulotlarni yaratishga zamin bo'ldi. Hozirgi kunda ushbu axborot bazasidan institut «Servis va turizm» fakulteti talaba va o'qituvchilari muvofaqiyatli foydalanib kelmoqdalar.

- 1840 xat internet orqali xalkaro korxonalar, tashkilotlar, oliy o'quv dargohlari, turistik firmalarga «SamISI Sayyoh Plus» MCHJ reklama xatlari yuborgan. Ushbu xatlarda firma nomidan hamkorlik haqida takliflar shartnoma asosida berildi. Buning natijasida, institut va hamdo'stlik davlatlari oliy o'quv

yurtlari bilan hamkorlik aloqalarni mustahkamlash maqsadida shartnomalar imzolandi.

Quyida rasmda hamkorlik aloqalar o'rnatilgan hamdo'stlik davlatlari oliy o'quv yurtlarining nomlari keltirilgan.



3-rasm. «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi bilan hamkorlikdagi oliy o'quv yurtlari

Samarqand viloyati xududida mahalliy turizmni rivojlantirish maqsadida viloyatdagi 6 ta tuman (shahar) xalq ta'limi bo'limlari, viloyat o'rta maxsus kasb – hunar ta'limi boshqarmasi bilan qo'shma qarorlar imzolandi. Samarqand shahri bo'yicha doimiy tarzda firma ishchilari tomonida targ'ibot-tashviqot ishlari amalga

oshirilib kelinmoqda. 50 ga yaqin kollej hamda litseylarda turistik firmaning tur mahsulotlari takdimotlari tashkil etildi. Buning natijasida firmada yangi mahalliy yo‘nalishlar bo‘yicha ekskursiyalar o‘tkazildi.

«O‘zbekturizm» Milliy Kompaniyasi tomonidan o‘tkazilgan turistik yarmarkalarida «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi xodimlari muntazam ravishda qatnashib kelmoqdalar.

Hozirgi kunga qadar Samarqand Iqtisodiyot va Servis institutining 45 nafar talabalari «SamISI Sayyoh Plus» MCHJ da ishlab chiqarish amaliyotini o‘tkazganlar. 2007-2008 yilda «Intilish» markazi bilan hamkorlikda o‘tkazilgan treninglar va seminarlar natijasida institutning 3 nafar talabalari «SamISI Sayyoh Plus» MCHJ yullanmasi bilan Samarqand shahrining yirik turistik firmalariga ishga joylashishdi.

2009 yilda turistik firma qoshida ijtimoy bo‘lim ochildi. Bu bo‘lim tomonidan quyidagi ishlar amalga oshirildi:

- Birinchi kurs talabalari o‘rtasida firma ishlariga jalb qilish maqsadida 3 bosqichli «Ijtimoiy loyiha» amalga oshirildi.

- Qilingan ishlar natijasida «Servis va turizm» fakultetining 25 nafar talabalari ko‘ngilli sifatida turistik firmaga ishga jalb qilindilar. Ushbu ko‘ngillilar ishtirokida «Mironqul» ekologik dam olish maskani bazasining taqdimoti o‘tkazildi va taqdimot asosida 12 turmahsulotlar yaratildi, natijada turistik firma hamda mehmonxonalarga yuborildi.

- Ushbu turmahsulotlarni targ‘ibot qilish natijasida O‘zbekiston xududidagi turistik firmalar «Mironqul» turistik mahsulotlarini o‘zlarining dasturlariga kiritib, uni chet elning yirik turistik firmalariga sotilishini rejalashtirdi.

Hindiston, Rossiya, Isroil, Fransiya, Yaponiya davlatlaridan kelgan turoperatorlar bilan olib borilgan muzokaralar natijasida hozirgi kunda «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi ko‘ngillilari tomonidan xat almashinuvi va yangi turistik dasturlar yaratilib, ushbu davlatlarga reklama sifatida yubormoqdalar.

«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi tomonidan yuqorida aytib o‘tilgan barcha ishlar Yaponiya davlatining JISA tashkiloti ko‘ngillilari yordamida amalga oshirilgan. «Mironqul» ekologik dam olish maskanida Mori Kana yordamida Yapon bog‘i barpo etildi. «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi ko‘ngillilari va Mori Kana tomonidan 6 (o‘zbek, rus, ingliz, fransuz, nemi va, yapon) tilda firmaning veb sayti yaratilmoqda.

«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi birgina 2010 yilda quyidagi vazifalarni amalga oshirdi:

- 1 2010 yil 4 iyunda «Turistik forum» o‘tkazildi
- 2 2010 yil 11 -13 iyunda Turistik festival o‘tkazildi
- 3 2010 yil sentyabr oyida ijtimoiy loyiha o‘tkazildi

4-rasm. «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining 2010 yilda bajargan vazifalari

2010 yil 11-13 iyun kunlari O‘zbekiston Respublikasida birinchi marotaba o‘tkazilayotgan «Samarqand Sharq gavhari» xalqaro yoshlar turizmi festivalini tashkil etish bo‘yicha maxsus ishchi guruhi Nizom asosida tashkil etildi. Yoshlar turizmi festivalini o‘tkazish joyi etib institutning «Mironqul» oromgohi tanlandi. Ushbu festivalga qatnashish istagida hamdo‘stlik davlatlari hamda chet el mamlakatlardagi Oliy o‘quv yurtlariga xabar qilindi, festival doirasidagi elektron muloqat yo‘lga qo‘yildi va ularga rasmiy ravishda taklifnomalar yuborildi. Festival jarayoni

to'g'risida press-reliz tayyorlandi va uni respublika hamda mahalliy OAV orqali yoritilishi ta'minlandi.

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabalari yordamida dam olish oromgohi hududi obodonlashtirildi. Festival ishtirokchilari joylashadigan xonalar, ovqatlanish joylari, madaniy xordiq chiqarish xonalarini hamda o'quv – seminarlari, treninglar o'tkaziladigan xonalar tayyorlandi. Festivalda Qozog'iston (Qaraganda) va Rossiya (Janubiy Rossiya Davlat Iqtisodiyot va Servis Universitetidan) davlatlari, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Qarshi Chet Tillari Universitetidan 37 nafar talaba va o'qituvchilar qatnashdilar. Bundan tashqari, festivalning ochilish marosimida «O'zbekturizm» MK vakillari, Samarqand shahri turistik firmalar vakillari va institutning professor-o'qituvchilari ishtirok etdilar. Yaponiya Davlatining JISA tashkiloti ko'ngillisi Mori Kanna qatnashchilar uchun «Eng yaxshi turoperator» mavzusida maxsus trening o'tkazdi. Trening jarayonida barcha qatnashchilar faol qatnashib, o'z hududining turistik resurslarini taqdimot qildilar va buning natijasida Janubiy Rossiya Davlat iqtisodiyot va Servis Universiteti talabalari sovrinlarni qo'lga kiritdilar.

Hozirgi kunda turistik firma tomonidan xalqaro hamda mahalliy bo'limlari tomonidan turistik mahsulotlar ishlab chiqilib, iste'molchilarga xalqaro va mahalliy bozorda o'z mahsulotlarini taqdim qilmoqda.

2011 yilda yaponiya tajribasi asosida firma qoshida «Klub turizmi» loyihasi amalga oshirildi. Loyiha asosida «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi ko'ngililari, SamISI talabalari 27 ta maktabda turizm yunalishiga bag'ishlangan 12 ta trening, «Aziz shahrim Samarqandim» tanlovi o'tkazildi. Nitijada ushbu maktablarda 23 ekskursiya tashkil qilindi. Bu ekskursiyalarda o'qitilgan o'qituvchilar gidlik tajribalarini mustahkamlashdi. Bu loyiha 2012 -2013 yillarda ham davom ettirildi.

2013 yilda JICA tashkiloti ko'ngillisi Tahara Yuki yordamida Samaraqand shahri Toshkent ko'chasida joylashgan «Turistik axborot markazi» tashkil qilindi. Bunda turistlarga Samarqand shahri haritasi, mehmonxonalar, ko'ngilochar

marosimlar haqida turistlarga bepul axborot berilishi tashkillashtirildi. Markazda ingliz va boshqa xorijiy tillarni biladigan, amaliyotni turistik firmada o'tayotgan talabalar hamda ko'ngillilar ishlamoqda.

Shuningdek, turistik firma ijtimoiy ko'rinishdagi loyihalarni ham hayotga tadbiq etib kelmoqda. Ularga har yili an'ana tarzida tashkil etiluvchi «Xalqaro yoshlar turizmi festivali», «Tur forum» kabi tadbirlarni aytish mumkin. Bu tadbirlarda Rossiya Federatsiyasi, Qozog'iston Respublikasi talabalari ishtirok etishmoqda. Ular festival va forumda ishtirok etish bilan birga, O'zbekistonning boy moddiy va madaniy, ekologik turistik resurslari imkoniyatlaridan foydalanishmoqda.

2009 yilda «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi tomonidan 13 ta ekskursiya o'tkazildi va 400 nafar ekskursantlarga 526.000 so'mlik xizmat ko'rsatildi.

2.2. «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining asosiy vazifalari

O'zbekiston Respublikasi aholisini ish o'rinlari bilan ta'minlash, ularning turli xildagi xizmatlar bo'yicha talablarni qondirish va tadbirkorlik faoliyatidan daromad (foyda) olish, hamda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti o'qituvchilari va talabalarining amaliy bilimlarini oshirish maqsadida 2007 yilda institutda «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi tashkil etildi. Firma xuquqiy statusga ega bo'lib, javobgarligi cheklangan jamiyatdir. O'z maqsadlariga erishish uchun qo'yidagi faoliyat turlarini taqdim etadi:

- viloyat va respublika chegarasi doirasida ichki turizmni rivojlantirish. Shu maqsadda maktablar, oliy va o'rta maxsus kasb - xunar kollejlari ta'lim muassasalarini tarixiy yodgorliklar bilan tanishtirish; o'quv ta'til vaqtida, bayramlarda o'quvchilar uchun, fuqarolar uchun ziyoratlarni tashkil etish.

- respublika va viloyat territoriyasida mavjud bo'lgan turistik baza va sog'lomlashtirish xizmat ko'rsatuvchilar, dam olish tashkilotlari, dam olish uylari kempinglar bilan birgalikda o'zining dam olish bazasini yaratish;

- etim bolalar uyi, uyda o'tiradigan ayollar, pensionerlar uchun muqaddas joylarni ziyorat qilishni tashkillashtirish;
- chet el turoperatorlari bilan aloqani o'rnatish;
- avia charter, turistik poyezdlar, avtopoyezdlarni tashkillashtirish;
- mahalliy va xalqaro aviakompaniyalar bilan shartnoma tuzgan holda mahalliy va xalqaro aviakompaniyalarga aviachiptalarni sotishni tashkillashtirish;
- chet el turoperatorlari va turagentlari bilan shartnomalashgan holda chetga fuqarolarni tursayohatga yuborish;
- dam olish uylari, kurortlari, sanatoriyalari, sog'lomlashtirish oromgohlari bilan birgalikda shartnomalar tuzish;
- turizmning faol shakli bilan shug'ullanish (ekstremal, sportli va eko turizm);
- ilmiy tadqiqot turizmi bilan shug'ullanish (tarixiy, arxeologik, ma'naviy, madaniy turizm);
- turizmning boshqa turlarini, ularning prezentatsiyasini va sotuvini xalqaro turistik baza va yarmarkalarda tashkillashtirish;
- sotish va distributsiya uchun maxsus turistik bosmadan chikariladigan mahsulotlarni tayyorlash: bukletlar, kitoblar, gazetalar, jurnallar, byulletenlar;
- elektron vositalar yordamida xaykallarni, urf odatlarni an'analarni va kadriyatlarni, shou dasturlarni, ularning prezentatsiyasini va sotishini kayd etish;
- turizmga taallukli va muqaddas joylarni ziyorat qilish uchun, yo'l ko'rsatuvchilarni va boshqa adabiyotlarga ma'lumotnomalarni yaratish;
- turizm va turistlarga taalluqli, turli xildagi mahsulotlarni sotish va yaratishni tashkil etish;
- mahalliy va chet el turistik faoliyati (mehmonxonalarning va kempinglarning ochilishi, madaniy va kungil ochar tadbirlar, turistlarni kutib olish va chet elga borish va h.z.lar);

- mahalliy va chet el kurgazmalarini hamda turistik yarmarkalarni o'tkazish va tashkillashtirish, va mahalliy hamda chet el talabalari bilan treninglarni tashkil etish va ishlab chiqish;

- turistik tashkilotlar uchun Innovatsion texnologiyalar bilan bog'liq holatda o'tkazish va tashkillashtirishda elektron saytlar va portallardan foydalanish;

- turistik soha bilan tashkilot va korxonalarni mutaxassilar bilan ta'minlash va ular bilan aloqa o'rnatish Markaziy Osiyodagi Buyuk Ipak yo'li bilan chet el davlatlari orasidagi turistik marshrutlar bo'yicha filiallarni va mas'ul shaxslarni yaratish;

Turistik firma o'zining mijozlariga quyidagi turistik xizmatlarni takdim etadi:

- biznes turlar - ish bo'yicha sayohatlarni tashkil etish;
- davolash, eksklyuziv dasturlar, barcha individual va kombinatsiyalashgan turlar;

- barcha tashkilot va korxonalar O'zbekiston Respublikasi doirasida barcha savollar bo'yicha korporativ xizmat ko'rsatish.

«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining rakobatli ustunligi:

- mehmonxonada ko'rsatilgan narxlardan 25 30%ga pastligi;
- sutka davomida bronlamlarni tasdiqlash;
- gurux yoki alohida shaxslar uchun transportli xizmat kursatish;
- o'zbekistonning barcha viloyatlari bo'yicha ekskursion xizmat ko'rsatishlardan iboratdir.

«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasida turistik xizmat ko'rsatish turli xildagi ehtiyojlarni qondirish maqsadida yo'naltirilgan: sayohat, ovqatlanish, yashash, bilish ekskursiyalar, kungil ochar tadbirlar va boshqalar. Turistik firma o'zining xizmat ko'rsatishining sifatini oshirish maqsadida xizmat ko'rsatuvchi mijozlari orasida, salohiyatlilar o'rtasida surovnomalar o'tkazib turadi.

Samarkand shahri aholisi o'rtasida o'tkazilgan ular rejalashtirgan sayohatlar bo'yicha aholi o'rtasida surovnomma o'tkazilib, Xiva (45%) va Buxoroga (15%) sayoxatlarning bulishi ma'lum buldi.

Mijozlar gid ekskursovodning xizmatini quyidagicha baholashmokka: 59 % surovchilar ko'rsatilgan xizmatlardan qoniqishgan; 20% esa bu xizmatlarni yanada takomillashtirishni ko'rsatshyapti. Ekskuriya vaqtida ko'rsatilgan transport xizmatlari bo'yicha baholash kuyidagicha: 45% ularni yaxshi deb hisoblashsa, 40% esa unchalik yaxshi emasligini ko'rsatishmokka. Ekskursiya vaqtida ko'rsatilgan ovqatlanish xizmatlari bo'yicha esa 65% so'rovchilarni qoniqtirgan, 20% esa qoniqtirmaganligini ko'rishimiz mumkin.

Shunday qilib, «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi Samarqand shahrida rivojlanib boruvchi turistik firma hisoblanadi. Uning asosiy yo'nalishi bo'lib ichki turizm, ish bo'yicha sayohatlarni uyushtirish, mexmonxona nomerlarini bronlash, yoshlarning turistik festivallarini tashkillashtirish va o'tkazish hisoblanadi.

«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining asosif vazifasi:

- taklif kilinayotgan mahsulotning sifatini oshirish;
- mijozlar sonini kupaytirish;
- sotish metodikasini takomillashtirish;
- sotuv xajmini oshirish;
- firma xodimlarining kasbiy darajalarini oshirish hisobida mijozlarga xizmat kursatishni rivojlantirshp;

- barcha savollar yuzasidan mal akali maslaxatlar berishdan iborat.

«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining salbiy tomonlari:

- chet el turistlarini kabul kilishda tajribaning yetishmasligi;
- ma'sulotning harakatlanishiga yetrali e'tibor berilmasligi;
- tur kataloglari buyicha mikdorining chegaralanganligi.

«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining servis xizmat ko'rsatishni rivojlantirish yo'llari

Xorijiy tajribalariga tayangan holda mahalliy turizmga servisni rivojlantirishda «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasiga quyidagi chora tadbirlarni amalga oshirishini tavsiya qilamiz:

- turistik mahsulotning mahalliy turistik va tashkilotlarning salohiyatli iste'molchilariga ijobiy tomonlarini yaratish (reklama, "turistik jurnal" nomli teleko'rsatuv, maxsus jurnallar, gazetalar, pablisitilar);
- «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasida personalga xizmat ko'rsatishda turistik e'tibor berish belgilarini yaratish ("hammasi mijoz uchun", "mijoz doimo xaq", barcha xohish istaklari imkoniyat boricha qondirilishi lozim.);
- mijozlarning o'zlarini ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda turistik mahsulotlarga bo'lgan iltimoslariga binoan barcha xodimlarning diqqat bilan e'tibor berishi; (Biz yana siz uchun nima qila olamiz?");
- Turistlarning xizmatlardan oson foydalanishga, ob'ektlar bo'yicha axborotlarni olishga yo'naltirishni osonlashtirish (turistlar ko'p boradigan joylar bo'yicha axborotlarni va reklamali stendlarni o'rnatish).
- Turistga xayrxoxlik bilan munosabatda bo'lish.

Xizmat ko'rsatishni tashkillashtirish texnologiyasida turistlar va ularga xizmat ko'rsatuvchilar o'rtasida psixologik iqlimni hisobga olish va turistik xizmatlarni qabul qilishda psixologik aspektlarni hisobga olgan holda ularni takdim etish lozimdir. Shu bilan bog'lik xolda barcha turlarda xizmat ko'rsatish texnologiyasi bo'yicha quyidagi umumiy ko'rsatmalarni aniqlash lozim:

- har bir turistga tabrikka oid suvenir. Bunda boshqa mehmonxona xizmatlaridan farqli, suvenir yostiq ustida konfet bo'lishi mumkin; turlarning o'ziga xos suvenirleri bo'lishi lozim: ish bo'yicha turlarda turli xildagi ishga oid mahsulotlar, biron narsaning ramzi bo'lgan bayroqlar va x.z.; folklor turlarda va milliy harakterga ega bo'lgan suvenirlar; barcha turla uchun bukletlar, karta sxemalar, hamda turlar

tugagandan so'ng turistlarga maxsus diplomlar, faxriy yorliqlar, marshrutni o'taganligi uchun belgichalar beriladi.;

- turning mavzusi bo'yicha otkritkalar, belgichalar, turli xildagi bukletlarni berish imkoniyati;

- dam olishning bir kunida mahalliy turning o'tkazilishi videodastur orqali namoyish etish;

- mijozlarni barcha tashkiliy muammolardan xoli etish;

- (barcha turdagi muaamolardan xalos etish, transport chiptalarni buyurtmasi, turli xildagi servisni kursatilishini kutib kolish..).

- barcha kursatiladigan xizmat darajasini optimallik bilan ko'rsatilishi, hamda barcha mavzuli turlar ham;

- mijozning talabiga muvofiq xizmat kursatish: turlarning to'liq manzilli yunalishi;

- xizmat ko'rsatish dasturi bilan vaqtidan oldin roziligi;

- dasturlarning o'zgaruvchanligi, zarur bo'lganda u yoki bu dasturlarni xizmatlarni o'zgartirish barcha ko'rsatiladigan va qo'shimcha ko'rsatiladigan xizmatlar bo'yicha axborotlarning tuliqligi;

- uzoq davom etadigan turlarda avtobuslar (yoki ichki olib o'tish uchun boshqa transport vositalari) ning yengil hamda milliy kaseta tasmlari bilan ta'minoti);

- muayyan bir g'oyani ilgari so'radigan xizmat ko'rsatishlarning yo'qligi;

- xizmat ko'rsatishni ratsional holda ko'rsatish: xizmat teng bo'lishi, qancha kerak bo'lsa, shuncha ko'rsatilishi lozim, kam bo'lsa zerikarli, ko'p bo'lsa, turistlarni charchatib kuyadi.

«SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasida servisni rivojlantirishda iuyidagi sifatli turistik servis talablariga rioya kilish lozimdir.

Birinchidan, bu barcha zamonaviy servisning turizm sohasi uchun muhim hisoblanadi:

- iste'molchi tabiatiga va ehtiyojiga to'la mos keluvchi xizmat ko'rsatilishi;
- servisni marketing bilan bog'liq holatda olib borish, uning asosiy qoidalari va vazifalari asosida;
- servisning o'zgaruvchanligi, bozor talablarining o'zgarishi asosida, turxizmatning talablariga binoan yo'naltirishni hisobga olgan holda.

Ikkinchidan, bu sifatli servisini ko'rsatish uchun personal shaxsga barcha sharoitni yaratish. Ularga qo'yidagilar kiradi:

- ish joyining ergonomik xususiyatga javob berishi;
- qoidalarining aniq va to'la shakllanishi, har bir xodimning majburiyatlari belgilanishi;
- har bir xodimning ish sifatini aniq baholash sistemasini tashkil etgan, bu yerda servisning sifati ham miqdor sifatida samaradiligini belgilash, bunda ko'rinmaydigan elementlaridan biri bu xushmuomalali va mehribon bulish;
- personalning motivligi, uning tashkilot ishining rivojlanishiga qiziqishi va barcha ishlarni sidqidildan bajarishi, o'z o'zini rivojlantirishi;
- personalning malakasini oshirish sistemasi.

Uchinchidan, «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasini boshqarishda tashkiliy tuzilmani optimal variantini tanlash.

Buyurtmaning bajarilish zanjiri qanchalik uzoq davom etsa, unchalik xatolarga ko'p yo'l quyilishi mumkin: bunday boshqaruv tizimining optimalligi kam tarkibiy qismlarning tashkillashtirilishidadir. (albatta bunda servisning xizmatiga ta'sir etmagan xolda).

Bir xil darajadagi xizmat ko'rsatish texnologik jarayonlarning uzluksizligi ta'minlashda ham barcha tarkibiy qismlarning birgalikdagi samarali harakati hisoblanadi va bu o'zida xatolarni kam qilishda va albatta ularni takrorlamaslikka harakat qiladi.

To‘rtinchidan, «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasida servis xizmati bo‘yicha har tomonlama, to‘la va uzluksiz nazoratni amalga oshirishda qo‘yidagilarni taklif etish:

- mexmonning sifatni baholashda va uni nazorat qilishda ishtirok ettirish;
- mavjud bo‘lgan ish holatini standart talablariga asosan metodikasi va mezonlarini yaratish;
- personallarni o‘z - o‘zini nazorat qilish tizimini yaratish;
- sifat guruhi bilan doimiy ish olib borish;
- kursatilayotgan xizmatlarning sifatini baholashda miqdoriy mezonlarining aniq shakllanganlardan foydalanish;
- personallarning sifat mezonlarini va tizimini shakllantirishda qatnashishi;
- sifatni nazorati bo‘yicha texnik vositalardan foydalanish;
- xizmat soxasi bo‘yicha nazorat tizimini yaratish: direktorlar, moliya bulimi, havfsizlik bulimi, yoki barcha funksional xizmat kursatuvchilarni.

Nazorat tizimini yaratishda ham uzluksizlik qoidasiga amal qilish lozimdir. Servis sifatining nazorat tizimi ostida barcha ko‘rsatkichlar va bosqichlardagi texnologik sikllar ustidan sekundli nazoratni taxminlashi lozim. Bundan tashqari, nazorat funksiyasida qaytaruvchi hisoblanib, to‘g‘ridan to‘g‘ri o‘zgaruvchan bo‘lishi va xizmatning sifatini ta‘minlashdagi boshqa jarayonlarni shakllantirishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining sifatli "firmali" xizmat ko‘rsatishida ikkita asosiy mezonlarni ajratish mumkin: birinchisi, turistlarning ehtiyoji va standartlariga mos kelgan holda sifatning yuqori darajasining ta‘minoti; ikkinchisi, tashkilotni ratsional boshqarish bo‘yicha maxsus texnologiyalarni yaratishda xizmat ko‘rsatuvchi asbob qurollarni yaratish.

Shunday qilib, «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasining servisini yaxshilashda ko‘rsatib o‘tilgan yo‘nalishlar bo‘yicha mijozlarga xizmat ko‘rsatish texnologiyasini yaxshilash lozim. Bundan tashqari, tashkilot quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha ham ish olib borishi lozim: mahsulotlarning tan narxini pasaytirish (ularni

kerakligicha arzonroq qilish), xizmat ko'rsatishning aniqligini va oddiyligini oshirish; turistik ixchamlikni va davolash sog'lomlashtirish takliflarini oshirish turistik paketlarning maqsadliligini, asoslanganligi va kompleksligini oshirish, hamda yangi va oddiy takliflarni ishlab chikish.

2.3. «SamISI Sayyoh Plus» turistik firmasi tomonidan ishlab chiqilgan turlar





Хурматли миждоз!

*Авалло Сизга ўз миннатдорчилигимизни
изхор қиламиз!*

- Айнан биз - Сиз ва яқинларингизнинг ҳордигини ҳавфсиз ва юқори савияда ўтишига қафолат берамиз;
- Ўз қасбининг моҳир усталари: малақали гидлар, экскурсоводлар, маҳаллий туроператорлар, туризм маркетологлари Сизнинг талабларингиз асосида туристик сайёҳат дастурларини ташқил этишади!
- Шинам ва энг замонавий транспорт воситалари (автубуслар, микро автубуслар ва енгил автомобиллар) Сизнинг ҳизматингизда бўлади!
- Миллий ва Европа таомлари, ҳалол ва шинам овқатланиш масканлари Сизни сайёҳат давомида қутмоқда!
- Интерфаол ўйинлар, танловлар, махсус дастурлар, сертификатлар ва албатта совгалар бунинг ҳаммаси сайёҳат давомида фақат Сиз учун!
- Айнан биз Сизнинг барча талаб ва истақларингизни иноватга олиб бажаришни ўз зиммамизга оламиз;
- Экологик дам олиш зонаси – Миронқул Сизнинг ихтиёрингизда!
- Бизнинг ҳамкор ташкилотлар билан мустаҳкам ҳамкорлигимиз асосида ташқил этилган экскурсияда, Сиз ва яқинларингиз барча ноҳушлиқлар ва муаммолардан ҳоли бўласиз!
- Бизнинг арзон нархлар Сизни қувонтиради!

Биз Сизга ҳизмат кўрсатишдан хурсандмиз!

Хурмат билан, «SamISI SAYYOH PLUS» туристик фирмаси.



ОНА ШАХРИМ - САМАРҚАНД!

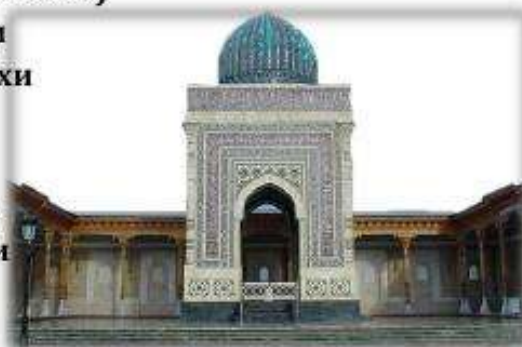
Буюртма учун телефонлар:

+ (99866) 233-51-30



ЗИЁРАТ ДАСТУРИ: (1 кун)

- Йулга чиқиш (соат 08.00 эрталаб)
- Махдуми Аъзам зиёратгоҳи
- Имом ал Бухорий зиёратгоҳи
- Енгил тамадди
- Хужа Дониёр макбараси
- Мағзуми авлиё зиёратгоҳи
- Нуриддин Басир макбараси
- Ҳазрати Хизр масжиди
- Шоҳи Зинда зиёратгоҳи
- Зиёратгоҳдан қайтиш (соат 14.00 кундузи)



ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. Автобусда сув таъминоти, 4. Барча обидаларга кириш чипталари, 5. Тиббий хавфсизлик.
6. Фото хизмат. 7. Автобусда газета ва журнал. 8. "Sayyoh Plus" маъданий дастури.



GAZELLE – «ТУР КЛАСС» (15 кишилик)

22.500

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15 КИШИ УЧУН)



YUTONG – «ТУР КЛАСС» (47 кишилик)

21.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(47 КИШИ УЧУН)



КЎХНА ВА БОЎИЙ БУХОРОГА МАРХАБО!

Буюртма учун телефонлар:

+ (99866) 233-51-30



ЗИЁРАТ ДАСТУРИ: (1 кун)

- Бухоро шаҳрига йулга чикилади (соат 05.00 эрталаб)
- Енгил тамадди (автобусда)
- Ҳазрат Боҳовуддин Накшбанд зиёратгоҳи
- Тушлик (мижоз ҳисобидан)
- Арк қароргоҳи
- Минораи қалон
- Масҷиди қалон
- Пои Қалон майдони
- Маданий дастур
- Токи телпақфурушон, Токи заргарон, Токи сарафон
- Ситораи Моҳи Ҳосса қароргоҳи
- Самарқанд шаҳрига йул олиш (соат 16.00 кечқурун)



ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. Енгил тамадди, 4. Автобусда сув таъминоти, 5. Барча обидаларга кириш чипталари, 6. Тиббий хавфсизлик. 7. Фото хизмат. 8. Автобусда газета ва журнал, 9. "Sayyoh Plus" маъданий дастури



GAZEL – «ТУР КЛАСС» (15 кишилик)

70.000

ҲАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15 киши учун)



YUTONG – «ТУР КЛАСС» (47 кишилик)

63.000

ҲАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(47 киши учун)



ЮРТИМ ГАВҲАРИ – ХИВАГА ЧОРЛАЙМИЗ!

Буюртма учун телефонлар:

+ (99866) 233-51-30



ЗИЁРАТ ДАСТУРИ: (3 кун)

- Хива шаҳрига йулга чикилади (соат 05.00 эрталаб)
- Енгил тамадди
- Ичан калъа (1 кун, кечкурун)
- Мехмонхонада жойлашиш, эрталабки нонушта (2 кун)
- Тушлик (мижоз хисобидан)
- Дишан калъа, Хива шаҳри ёдгорликлари (2 кун)
- Кечки овкат (мижоз хисобидан)
- Мехмонхонада жойлашиш, эрталабки нонушта (3 кун)
- Самарканд шаҳрига йул олиш (соат 07.00 эрталаб)

ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. Енгил тамадди, 4. Автобусда сув таъминоти, 5. Барча обидаларга кириш чипталари, 6. Мехмонхона 7. Тиббий хавфсизлик. 8. Фото хизмат. 9. Автобусда газета ва журнал. 10. "Sayyoh Plus" маъданий дастури.



GAZELLE – «ТУР КЛАСС» (15 кишилик)

320.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15 КИШИ УЧУН)



YUTONG – «ТУР КЛАСС» (47 кишилик)

270.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(47 КИШИ УЧУН)



ПИРЛАР ШАХРИ – НУРОТАГА МАРҲАБО!

Буюртма учун телефонлар:
+ (99866) 233-51-30



ЗИЁРАТ ДАСТУРИ: (1 кун)

- Нурота шахрига йулга чиқиш (соат 05.00 эрталаб)
- Енгил тамадди
- Имом Хасан ва Имом Хусан макбаралари
- Имом Мухаммад Ханифия ибн Али макбараси
- Тушлик (мижоз хисобидан)
- Нурота тарихий музейи
- Нурота мажмуаси, чашма, масжид
- Искандар калъа девори
- Самарканд шахрига йул олиш (соат 16.00 кечкурун)

ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. Енгил тамадди, 4. Автобусда сув таъминоти, 5. Барча обидаларга кириш чипталари, 6. Тиббий хавфсизлик. 7. Фото хизмат. 8. Автобусда газета ва журнал. 9. "Sayyoh Plus" маъданий дастури.



ГАЗЕЛЬ – «ТУР КЛАСС» (15 КИШИЛИК)

54.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15 КИШИ УЧУН)



YUTONG – «ТУР КЛАСС» (47 КИШИЛИК)

50.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(47 КИШИ УЧУН)





АЗИМ ШАХАР – ШАХРИСАБЗ СИЗНИ ЧОРЛАЙДИ!

Буюртма учун телефонлар:

+ (99866) 233-51-30



ЗИЁРАТ ДАСТУРИ: (1 кун)

- Шахрисабз шаҳрига йулга чикилади (соат 05.00 эрталаб)
- Енгил тамадди
- Ок Сарой комплекси
- Шахрисабз тарихи музейи
- Тушлик (мижоз хисобидан)
- Ҳазрати Имом масжиди
- Темурийлар дахмаси
- Кук гумбаз масжиди
- Маданий дастур
- Шахрисабз бозори
- Самарканд шаҳрига йул олиш (соат 16.00 кечкурун)



ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. Енгил тамадди, 4. Автобусда сув таъминоти, 5. Барча обидаларга кириш чипталари, 6. Тиббий хавфсизлик.
7. Фото хизмат. 8. Автобусда газета ва журнал.



GAZEL – «ТУР КЛАСС» (15 кишилик)

59.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15КИШИ УЧУН)



YUTONG – «ТУР КЛАСС» (47 кишилик)

55.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(47 КИШИ УЧУН)



ЮРТИМИЗ ПОЙТАХТИГА МАРҲАМАТ!

Буюртма учун телефонлар:

+ (99866) 233-51-30



ЗИЁРАТ ДАСТУРИ: (1 кун)

- Тошкент шаҳрига йулга чикилади (соат 05.00 эрталаб)
- Енгил тамадди
- Хотира майдони
- Минор масжиди
- Тушлик (мижоз хисобидан)
- Тошкент хайвонот боғи
- Хазрати Имом масжиди
- Маданий дастур
- Самарканд шаҳрига йул олиш (соат 16.00 кечкурун)



ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. Енгил тамадди, 4. Автобусда сув таъминоти, 5. Барча обидаларга кириш чипталари, 6. Тиббий хавфсизлик. 7. Фото хизмат 8. Автобусда газета ва журнал. 9. "Sayyoh Plus" маъданий дастури



GAZEL – «ТУР КЛАСС» (15 кишилик)

69.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15 КИШИ УЧУН)



YUTONG – «ТУР КЛАСС» (47 кишилик)

65.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(47 КИШИ УЧУН)

ШАРҚ ГАВҲАРИ - САМАРҚАНД!



Буюртма учун телефонлар:

+ (99866) 233-51-30



«ЖОНАЖОН ШАХРИМ» ДАСТУРИ: (1 кун)

- Махалладан йулга чикиш (соат 08.00 эрталаб)
- Амир Темури макбараси
- Регистон майдони
- Биби Хоним жомъе масжиди
- Биби Хоним макбараси
- Тушлик (мижос хисобидан)
- Хазрати Хизр масжиди
- Шохи Зинда зиёратгоҳи
- Улугбек обсерваторияси
- Махаллага йул олиш (соат 16.00 кундузи)



ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. Маданий дастур 4. Автобусда сув таъминоти, 5. Барча обидаларга кириш чипталари, 6. Тиббий хавфсизлик. 7. Фото хизмат. 8. Автобусда газета ва журнал. 9. "Sayyoh Plus" маъданий дастури.



GAZELLE – «ТУР КЛАСС» (17 КИШИЛИК)

27.500

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15 КИШИ УЧУН)



YUTONG – «ТУР КЛАСС» (47 КИШИЛИК)

22.500

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(47 КИШИ УЧУН)

Охалик Оромгохи



ЭКО ДАСТУРИ: (1 кун)

- Охаликга йулга чикиш (соат 06.00 эрталаб)
- Охаликка жойлашиш
- Буш вахт (дам олиш)
- Тоғга чикиш
- Дам олиш тоғдан кейин
- Тушлик (Мижоз хисобидан)
- Кизикарли уйинлар (дискотека)
- Самарканд шаҳрига йул олиш (соат 18.00 кечкурун)



ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. Охалик дам олиш масканига кириш чиптаси, 4. Тиббий хавфсизлик.
5. "Sayyoh Plus" маъданий дастури.



GAZELLE – «ТУР КЛАСС» (15 ЯИШЛИК)

22.000
17.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15 КИШИ УЧУН)



YUTONG – «ТУР КЛАСС» (47 КИШИЛИК)

16.000
20.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(47 КИШИ УЧУН)



Нурота & Айдаркул



ЭКО ДАСТУРИ: (1 кун)

- Нуротага йулга чикиш (соат 05.00 эрталаб)
- Имом Хасан, Имом Хусан мақбараси
- Имом Мухаммад Ханифия ибн Али мақбараси
- Нурота мажмуаси, Чашма масчиди
- Искандар қалъаси
- Тушлик (Мижоз хисобидан)
- Айдаркулга бориш (дам олиш ва чумилиш)
- Самарканд шахрига йул олиш (соат 16.00 кечқурун)



ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. Окбуро дам олиш масканига кириш чиптаси, 4. Тиббий хавфсизлик. 5. "Sayyoh Plus" маъданий дастури.



СЎҒИЛ МАШИНА (4 КИШИЛИК)

87.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(4 КИШИ УЧУН)



ГАЗЕЛЬ – «ТУР КЛАСС» (15 КИШИЛИК)

76.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(12-24 КИШИ УЧУН)

Оқ буйра Оромгохи



ЭКО ДАСТУРИ: (1 кун)

- Оқ бўйрага йулга чиқиш (соат 06.00 эрталаб)
- Оқ бўйрага жойлашиш
- Буш вахт (Дам олиш)
- Тоғга чиқиш
- Дам олиш тоғдан кейин
- Тушлик (Мижоз хисобидан)
- Кунгил очар уйинлар
- Чумилиш (Бассейнда)
- Волейбол уйнаш
- Самарқанд шахрига йул олиш (соат 17.00 кечкурун)



ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Оқ бўйра дам олиш масканига кириш чиптаси, 3. Тиббий хавфсизлик.
4. "Sayyoh Plus" маъданий дастури.



GAZELЬ – «ТУР КЛАСС» (15 ЎНИШЛИК)

24.000

20.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15 КИШИ УЧУН)



YUTONG – «ТУР КЛАСС» (47 ЎНИШЛИК)

18.000

22.000

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(47 КИШИ УЧУН)



Зомин Миллий Боги

ЭКО ДАСТУРИ: (1-кун)(2 кун)

- Зоминга йулга чикиш (соат 06.00 эрталаб)
- Кемпингда жойлашиш
- Зомин миллий боги
- Тушлик (мижоз хисобидан)
- Зомин тоғларига чикиш
- Шер булок
- Минг йиллик арча
- Миллий уйда дам олиш
- Зомин бозори
- Самарканд шахрига йул олиш (1-кун)(2-кун)
(соат 16.00 кечкурун)



ХИЗМАТЛАР:

1. Транспорт хизмати, 2. Гид – кузатувчи, 3. 4 . Зомин миллий богига кириш чиптаси, 5. Тиббий хавфсизлик. 9. "Sayyoh Plus" маъданий дастури.



ЕНТИЛ МАШИНА (4 кишилик)

82.000 (1кун)

157.000 (2кун)

(2кун)ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(4 КИШИ УЧУН)



ГАЗЕЛЬ – «ТУР КЛАСС» (15 кишилик)

73.500 (1кун)

138.000(2кун)

ХАММА ХИЗМАТ
КИРИТИЛГАН
(15 КИШИ УЧУН)



ТОҒ ЗИЁРАТЛАРИГА ТАКЛИФ ЭТАМИЗ!

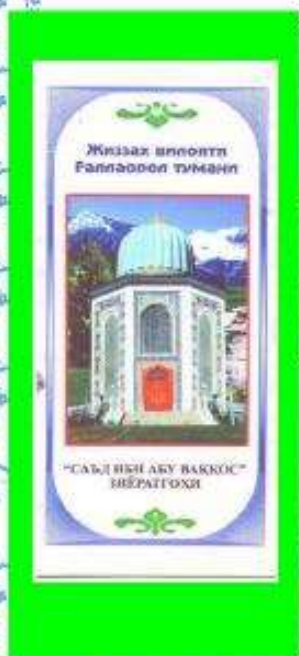


СИЗ, ЯАКИНЛАРИНГИЗ ВА
ОИЛА АЪЗОЛАРИНГИЗ
УЧУН ТАКЛИФ!

МИРОНКУЛ
ТОҒЛАРИДАГИ ДАМ
ОЛИШ МАСКАНИГА
МАРХАМАТ!



Sayyoh Plus



Чорвок тоғларида дам
олиш жойлари

Буюртма учун телефон: +99866 **233-51-30**



Sayyoh Plus



ЛИЦЕНЗИЯ

№ 457-08

Ўзбекистон Республикаси
Вазирлар Маҳкамаси комиссияси
мажлисининг 2008 йил 14 июл 3
баёни асосида берилди.

«SAMI SAYYOH PLUS» МЧЖ

Туризм соҳасида фаолият
кўрсатиш ҳуқуқини олди.

Самарқанд шаҳри,

А.Темур кўч. 9 ўй

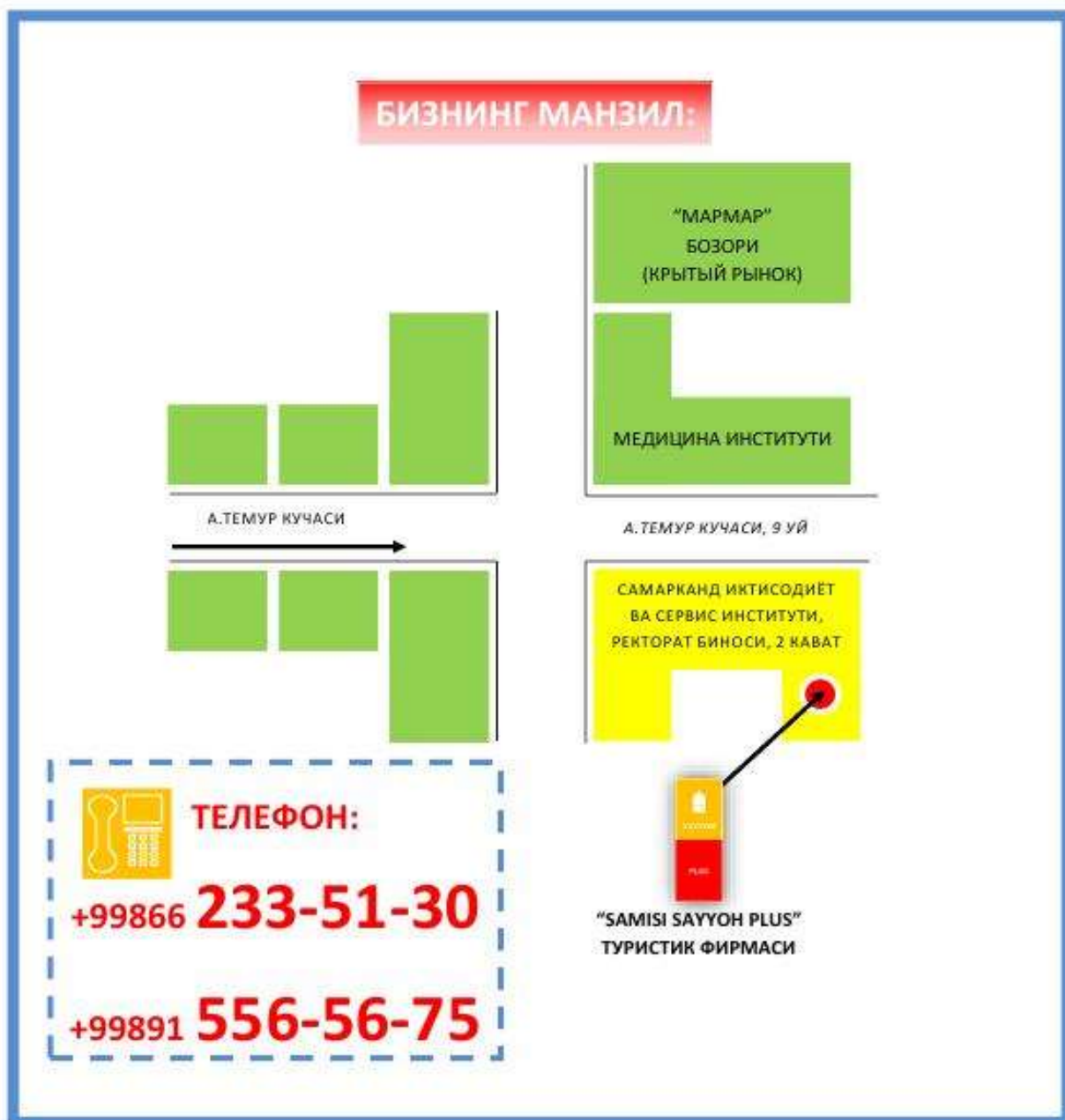
STIR – 300612400

Классификация коди: 6304-2

Амал қилиш муддати:

Муддатсиз

№ 000 933



**БАРЧА ХИЗМАТЛАР ЛИЦЕНЗИЯЛАНГАН ВА
СЕРТИФИКАТЛАНГАН**

e-mail: www.sayyohplus.uz

tel/faks: +(99866) 233-51-30 +(99891) 556-56-75

Самарканд вилояти, Самарканд ш. А.Темур кучаси
9 уй, СамИСИ биноси 2 кават, 47 хона

III-BOB. TURISTIK FIRMALAR FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

3.1. Turistik firmalar faoliyatida xalqaro turlarni tashkil etish imkoniyatlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har qanday tashkilotlar bir-biri bilan o‘zaro integratsiyalashuvsiz hech qanday rivojlanishga erisha olmaydilar. Xuddi shuningdek, turizm sohasidagi kichik va o‘rta biznes sub’ektlari ham bir-biri bilan o‘zaro munosabatda bo‘lishlari turizm sanoatining istiqbolli rivojlanishiga olib keladi. Yuqoridagi bo‘limlarda aytib o‘tganimizdek, turizm sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan kichik va o‘rta biznes sub’ektlari mos ravishda bevosita va bilvosita korxonalarga bo‘linadi. Bevosita tadbirkorlik sub’ektlari turizm sohasiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqasi bo‘lgan har xil turistik sayohatlarni uyushtiruvchi agentliklar, turizm operatorlari, xususiy mehmonxonalar, kempinglar, xususiy sanotoriyalar va pansionatlar, xususiy ijara uylari va umuman olganda, turistik xizmatlarni ko‘rsatuvchi barcha korxonalarni o‘z ichiga oladi. Bilvosita tadbirkorlik sub’ektlari esa, mamlakatimiz ichki bozorlarida chet ellik turistlar ehtiyojini qondiradigan raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishga ixtisoslashgan kichik va o‘rta biznes korxonalarini o‘z ichiga oladi. Ma’lumki, hozirgi kunda mamlakatimizda xalqaro turizmning jahon andozalariga mos keladigan jihatlari endigina rivojlanayotganligi bois turistlarga turistik xizmatlarni ko‘rsatish borasida talaygina qiyinchiliklarga duch kelinmoqda. Bular bevosita turizm sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan kichik va o‘rta biznes sub’ektlari o‘rtasidagi o‘zaro munosabatning yaxshi o‘rnatilmaganligiga borib taqaladi. O‘zbekiston Respublikasi o‘zining ko‘plab tarixiy qadamjolari va ziyoratgohlari, ko‘hna va navqiron buyuk shaharlari bilan birga go‘zal va xushmanzara tabiati, serjilo daryolari-yu ko‘llari, ajoyib hayvonot olami, dashtu-cho‘llari, bepoyon tekisliklari-yu tog‘u-toshlari, o‘rmonzorlari kabi boyliklariga ham egadir. Hozirgi kunda mamlakatimizga tashrif buyuradigan chet ellik turistlarning turlarini tashkil etish borasida faoliyat

ko'rsatayotgan turistik agentliklar o'z faoliyat doirasini mana shunday turizm resurslari hisobidan kengaytirishga harakat qilishmoqda. Biroq, bu borada turistik agentlar bilan boshqa shu sohaga taalluqli kichik va o'rta biznes subektlari o'rtasidagi o'zaro munosabatning zamon talablariga mos ravishda shakllanmaganligi natijasida ko'plab to'siqlarga duch kelinmoqda. Buning uchun, birinchidan, marketing tadqiqotlarini amalga oshiradigan kichik xususiy kompaniyalar bilan turistik agentlar o'rtasidagi o'zaro munosabatni qaror toptirish kerak.

Ikkinchidan, turistik agentlar bilan dam olish sanatoriyalari, mehmonxonalar va kempinglar bevosita aloqa o'rnatishi kerak. Masalan, Jizzax viloyatida Zomin tog' tizmasida Zomin dam olish sanatoriyasi joylashgan bo'lib, bu sanatoriyaning atrofida ko'plab dam olish pansionatlari faoliyat ko'rsatishadi. Biroq, achinarli tomoni shundaki, sanatoriyaga ham, pansionatga ham chet ellik turistlar deyarli tashrif buyurmaydi. Vaholanki, Zomin tog' tizmasi ikkinchi Shvesariya deb yuritiladi. Turistlarning bu dam olish zonasiga kamdan-kam tashrif buyurishlariga asosiy sabab quyidagilarda o'z ifodasini topgan.

- Zomin tog' tizmasi manzaralari yetarli darajada reklama qilinmaydi;
- Zomin tog' tizmasiga yetib borish uchun avtotransport yo'llari jahon sifat andozalari talablariga javob bermaydi;
- Sanatoriya va pansionotlardagi shart-sharoitlar ham jahon sifat andozalariga mos kelmaydi.

Bu kabi muammolarni hal etish uchun sanatoriyalar va pansionotlar turistik agentlar bilan muntazam ravishda o'zaro aloqani o'rnatishlari kerak. Sanatoriyalar va pansionotlar ma'muriyati avtomobil transport yo'llarini jahon sifat andozalariga javob beradigan darajaga keltirish uchun tashabbus ko'rsatishlari, turistik agentlar bilan kelishgan holda o'z binolaridagi shart-sharoitlarni yaxshilashlari, shuningdek, dam olish zonasi bilan viloyat markazlari o'rtasidagi zamonaviy transport vositalari qatnovini to'g'ri yo'lga qo'yishda tashabbus ko'rsatishlari kerak va h.k.

3.2. Turistik firmalarning o‘z oldiga qo‘yadigan maqsad va vazifalari

Bozor iqtisodiyotining asosiy harakterli tomoni xususiy turistik firma va tashkilotlarni rivojlantirish orqali o‘z ifodasini topadi. Har qanday sohada bo‘lgani kabi turizm sohasida ham xususiy tarmoqlarni shakllantirish va rivojlantirish orqali mamlakat iqtisodiyotini har tomonlama rivojlanishiga erishish mumkin. Hozirgi kunga kelib, jahon turizm infratuzilmasining 90 % dan ortiq qismi xususiy sektor hissasiga to‘g‘ri keladi. U o‘z ichiga mehmonxonalar, mehmon uylari, qishloq uylari, turar joy ijarasi, karvonsaroylar (kempinglar), yotoqxonalarda joylashish, restoranlar, avtomobillar ijarasini tashkil qilish va garajlarni oladi. Bulardan faqat havo yo‘llari mustasnodir. Chunki ularni Yevropa, Osiyo, Afrika va boshqa rivojlanayotgan mamlakatlardagi hukumat organlari bevosita boshqaradilar, va bu havo yo‘llari davlat nazorati ostiga olingan. AQShdagi havo yo‘llari esa xususiy bo‘lib, ularning uchasi jahondagi eng yirik avialiniyalar hisoblanadi. Turistlarni tashish bilan shug‘ullanadigan temir yo‘llar ham tabiiyki, ko‘pchilik hollarda davlatga tegishli bo‘ladi. Dunyo mamlakatlaridagi bugungi kun yutuqlarining barchasi eng kichik taraqqiyotdan boshlangan. Avval turizm maskanlari rivojlangan, hukumatlar turizm infratuzilmasi uchun ham bevosita vositachilar orqali ham xususiy tarmoqqa bevosita moliyaviy yordam ko‘rsatish orqali fondlar ajrata boshlagan, natijada xususiy tarmoq shunchalik rivojlanib ketdiki, davlatning aralashuvisiz ham avialiniyalar kabi yirik masalalarni boshqara oladigan bo‘ldi. Har qanday sanoatda ham (qishloq xo‘jaligi, ishlab chiqarish, tog‘-konchilik, neft va gaz qazib olish sanoati va h.k) mamlakat hukumati xususiy tarmoqni bu sanoatlarning rivojlanishi yuzasidan rag‘batlantirib borishi lozim. Mahsulot rivojlanishining dastlabki bosqichida mashhur turizm maskanlari hukumatdan o‘z mehmonxonalari mulkiga transport va hokazolar kabi infratuzilmaning boshqa elementlariga egalik huquqi shaklida imtiyoz oladilar va ayni

paytda turizm infratuzilmasini rivojlantirish maqsadida xususiy tarmoqlarga imtiyozlar beriladi.

Ma'lumki, iqtisodiyotda xususiy mulkchilik munosabatlarini shakllantirishdan ko'zlangan asosiy maqsad tadbirkorlik sub'ektlari o'rtasida o'zaro raqobat kurashini shakllantirish va buning natijasida sifatli mahsulot yoki xizmatlarni yetkazib berishni ifoda etadi. Turistik xizmatlar bozoridagi raqobat turistik biznesning yirik kompaniyalari o'rtasida bozordagi hukumronlikka egalik qilish shaklida bo'lsa, unchalik katta bo'lmagan kompaniyalar o'rtasida mijozlar uchun kurashish shaklida namoyon bo'ladi. Biroq, bu sohada ham turizm sanoati o'ziga xosliklari bilan ajralib turadi. Masalan, ko'plab turistik kompaniyalar tashqi bozorga chiqqanlarida o'zlari faoliyat ko'rsatayotgan mamlakatlaridan farq qiladigan raqobatga duch keladilar. «Olimpik Xolideyz» nomli turistik operator Gresiyada monopol kompaniya sifatida faoliyat ko'rsatadi. Biroq, uning harbiy yevropa mamlakatlarida o'z ta'sir doirasini kengaytirish va inklyuziv sayohatlarni tashkil qilish maqsadida amalga oshirgan intilishlari juda kuchli raqobatga duch keldi. Kompaniyaning bozordagi pozitsiyasini bunday o'zgarishi asosan, boshqa bir mamlakatning o'ziga xos xususiyatlarini atroflicha tahlil qila olmaganligidan dalolat beradi. Chunki, turizm sohasi birinchi navbatda insoniyatning xohish va istagi bilan chambarchas bog'liqdir. Bu esa o'z navbatida turizm bozoridagi har bir iste'molchining o'ziga xos jihatlarini va sayohatga bo'lgan o'ziga xos yondashuvlarini har jihatdan o'rganishga ko'maklashuvchi marketing so'rovlarini o'tkazilishini talab qiladi. Umuman olganda, turizmda mulkchilik munosabatlarini shakllantirish va rivojlantirishdan ko'zlangan asosiy maqsad quyidagilarda o'z ifodasini topgan:

- turistik kompaniyalar va agentliklarning miqdorini ko'p bo'lishi natijasida ular faoliyat ko'rsatayotgan mamlakatdagi mavjud turistik imkoniyatlarni dunyo hamjamiyatiga yanada keng reklama qilish,

- turistlar oqimiga imkon qadar sifatli xizmatlar ko'rsatish orqali ularning mamlakatga bo'lgan qiziqishlarini yanada o'ttirish va eng asosiysi, mamlakatlar o'rtasidagi o'zaro mustahkam do'stlik munosabatlarini qaror toptirish;

- turistik kompaniya va agentliklar tomonidan ko'rsatiladigan turistik xizmatlarni kengaytirish ehtiyojining yuzaga kelishi natijasida mamlakat hududida turli zamonaviy xizmat ko'rsatuvchi ob'ektlarni keng miqyosda barpo ettirish;

- turizm orqali boshqa ko'plab sohalarini samarali faoliyatini ta'minlash. Masalan, turistlarni mamlakatimizga kelishi mamlakatimiz bozorlarida sotilayotgan mahalliy ishlab chiqaruvchilarning mahsulotlarini harid qilinishi, ularning o'z yurtlari bilan bog'lanib turishlari uchun sifatli telekommunikatsiya vositalarining yanada keng tarmog'ini tashkil etilishi, mamlakat hududidagi transport yo'llarini zamonaviylashtirilishi, turistlarning madaniy hordiq chiqarishlarini ta'minlashda muhim omillardan biri hisoblangan sport inshootlarining zamonaviy tarzda bunyod etilishi va shu kabilarga olib keladi.

O'lkamiz buyuk tarixi, jahon tamadduni va ilm-fani rivojiga qo'shgan hissasi, ko'hna tarixiy-me'moriy, madaniy yodgorliklari va butun dunyo tan olgan buyuk siymolari, mehmondo'st xalqi bilan dunyo jamoatchiligi diqqatini ohangraboday o'ziga tortadigan afsonaviy zamindir. Dunyoda tarixiy binolar va obidalar miqdori bo'yicha O'zbekiston to'qqizinchi o'rinni egallaydi. Yurtimiz katta tarixiy-madaniy merosga, ya'ni 7000 dan ortiq tarixiy-me'moriy va arxeologik obidalarga ega. Ularning ko'pchiligi Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz, Termiz, Qo'qon va Toshkent singari shaharlarda qad ko'targan. Shunisi quvonarliki, mustaqillik yillarida mazkur obidalarining aksariyati qayta tiklandi, ta'mirlandi, chor atrofi va bu qutlug' manzillarga olib boradigan yo'llar obodonlashtirildi.

O'zbekiston xorijiy mehmonlarni jalb qilishda ham boshqa zahiralarga ega: (gohida faqat O'zbekistonda uchraydigan) hayvonot va o'simliklar olamiga boy bo'lgan cho'l va qo'riqxonalar, turizmning faol ravishda rivojlantirish uchun katta ahamiyatga ega bo'lgan tog'-adrlar daryolar, dunyoda uchramaydigan shifobahsh suvning mineral manbalari, faqat

O'zbekistonda uchraydigan amaliy san'atning an'anasi, o'ziga xos madaniyati va yildan – yilga o'sayotgan mamlakatdagi iqtisodiy salohiyati. Respublikaning rekreatsion zahiralarini dam olishning turli yo'llarini, turistik yo'llarini va har yillik xorijiy mehmonlarni kutib olishni tashkillashtirishda ijozat beradi.

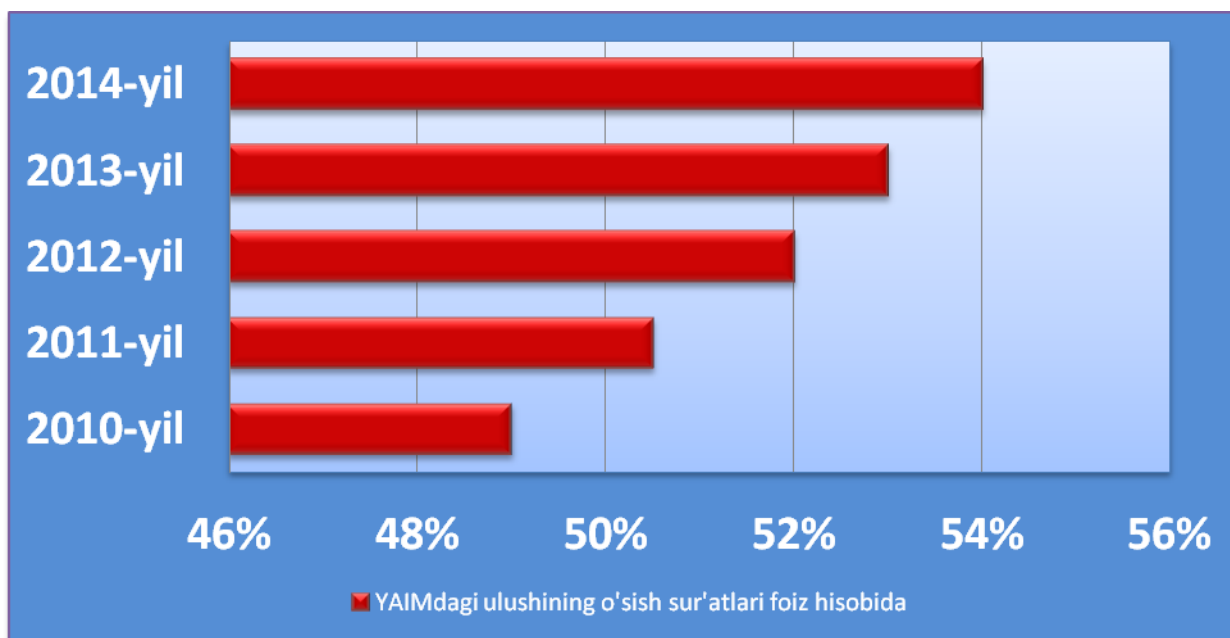
Hozirgi vaqtda butun dunyoda, shuningdek O'zbekistonda ham iqtisodiyotning noishlab chiqarish sohasi, xususan turizm sohasiga e'tibor tobora kuchayib bormoqda. Insonlar bo'sh vaqtlarini samarali o'tkazib, dam olishga, sog'ligini tiklashga, dunyoni, xalqlarning urf-odatlarini, qadriyatlarini bilishga intilmoqdalar. Bunday xizmatlarni turizm sohasi ko'rsatadi. Insoniyat har doim o'zining harakat doirasini o'zgartirib, yangi yerlarni kashf qilishga intilgan. XX asrga kelib bunday intilishlar kuchaydi va turizm sohasining rivojlanishiga turtki bo'ldi. Ayrim mamlakatlarda turizm sohasi barqaror rivojlanib bormoqda va ularning har yillik o'sish sur'ati 8 - 10% gacha boradi. Bular turizm sohasining mamlakatlar iqtisodiyoti tizimida hal qiluvchi ahamiyatga qay darajada ega ekanligidan dalolat beradi. Shunisi qiziqki, turizm rivojlanishi natijasida transport, bozor infratuzilmasi, savdo - sotiq, oziq - ovqat tarmoqlari, qurilish, hunarmandchilik va boshqa xizmat ko'rsatish tarmoqlari ham rivojlanib boradi.

O'zbekistonda milliy turizm sohasida bundanda yuqori cho'qqilarga erishishi va iqtisodiy o'sishini ta'minlashda O'zbekiston turizm sohasining asosiy maqsadi bo'lib, ish o'rinlari soni, soliq tushumlari, chet el valyutasi oqimini ko'paytirish hisobiga, xizmat ko'rsatish sohasining YAMMga va YAMI ni rivojlantirishga katta hissa qo'shishini ta'minlaydigan raqobatbardosh turistik bozorini shakllantirish va rivojlantirish yo'nalishlari borasida tahlillarni amalga oshirish hisoblanadi.

Quyidagi rasmda xizmat ko'rsatish sohasining YAIM da foiz hisobidagi

- ulishining
- o'sish
- sur'atlari
- keltirib

o‘tilgan.



5-rasm. Xizmat ko‘rsatish sohasining YAIM dagi ulushining o‘shish sur‘atlari

Bundan tashqari, turizm infratuzilmasini rivojlantirish, sohaga xalqaro standartlarni joriy etgan holda, O‘zbekiston milliy standartlarini ishlab chiqish, xizmat ko‘rsatish sohasini yanada yaxshilash masalalari oldimizda turibdi.

Xalqaro sayyohlik tashkilotlari tomonidan Samarqand dunyodagi 50 ta maftunkor shaharlar ro‘yxatiga kiritilgan. O‘lkamizdagi 140 ta tarixiy obida YUNESKO tomonidan muhofaza etiladigan yodgorliklar safidan joy olga.

Mustaqillik yillarida bunyod etilgan beqiyos inshootlar, bog‘lar, shaharchalar yurtimiz ko‘rkiga ko‘rk bag‘ishlab turibdi. Bularning barchasi xalqaro sayyohlik bozorida O‘zbekistonning imkoniyatlari tobora yuksalib borayotganligini tasdiqlaydi. Ayniqsa, Toshkent shahri va barcha viloyatlarning markazlari keyingi yillarda yangicha zamonaviy qiyofani kasb etdi, poytaxtimiz zamonaviy shaharsozlikning oliy namunalaridan foydalanib bunyod etilgan inshootlarga boyib bormoqda.

Keyingi yillarda respublikamizda turistlarni munosib kutib olish uchun zamonaviy qulayliklar yaratilmoqda. Jumladan, shinam mehmonxonalar tarmog‘i tashkil etildi, ularda turistlarga xizmat ko‘rsatishning jahon mezonlari darajasidagi

sharoitlar yaratildi. Ayni vaqtda butun mamlakat bo'ylab turizm sohasini olib borish huquqiga ega bo'lgan 983 ta tashkilot faoliyat ko'rsatmoqda, ularning 543 tasi turoperator va sayyohlik agenti maqomiga egadir. 440 ta turli mulkchilik shaklidagi mehmonxona va mehmonxona darajasidagi tashkilotlar faoliyat ko'rsatayotgani, so'nggi sakkiz yilda 300 dan ortiq xususiy mehmonxonalar ochilgani ham quvonarli holdir.

Nafaqat xorijiy turistlar, balki yurtdoshlarimiz uchun ham qimmatli bo'lgan, barchaning qiziqishi va e'tiborini tortuvchi xalq amaliy san'ati durdonalarini tayyorlash bo'yicha ishlab chiqarish tizimi shakllantirildi. Hozirgi paytda 500 dan ortiq korxona esdalik sovg'a mahsulotlarini ishlab chiqarishni yo'lga qo'ygan.

Turizm infratuzilmasi va sturistik xizmatlari ko'rsatish darajasini oshirish borasida amalga oshirilgan ishlarning natijasi o'laroq, O'zbekiston Turizm va sayyohlik bo'yicha Butunjahon kengashi (BTTK) tomonidan sayyohlik sohasi jadal rivojlanib borayotgan besh mamlakaat qatoriga kiritildi.

Mamlakatning turistik sohadagi imkoniyatlarini ro'yobga chiqarishda ichki turizmni rivojlantirish muhim o'rin tutadi. Zero, har qanday yangi turistik mahsulotga, avvalo, mahalliy turistlarda qiziqish uyg'otib, so'ngra uni xorijiy turistlarga taqdim etish samarali yo'l ekanligi xalqaro tajribada tasdig'ini topgan. Masalan, jahon sayyohlik sanoatida yetakchi o'rinni egallagan Ispaniyada aholining 90 foizi mamlakat bo'ylab sayohat qiladi. Ushbu davlatga keluvchi xorijiy turistlar soni esa 2012-yil yakuni bo'yicha 58 millionga yetishi kutilmoqda. Umuman olganda, biror mamlakat miqyosida turizm intensivligi 50 foizdan oshsa, ya'ni mamlakat umumiy aholisining 14 yoshdan katta qismining yarmidan ko'pi bir yilda hech bo'lmaganda bir marotaba sayohat qilsa, bu o'sha mamlakatda turizm ommaviy tus olganidan dalolatdir.

Prezidentimiz Islom Karimov rahnamoligida mamlakatimizda turizm sohasini taraqqiy ettirish borasida olib borilayotgan keng ko'lamli ishlar jarayonida ichki turizmni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda va bu borada qator hududiy

dasturlar hayotga tatbiq etilmoqda. Turistik xizmatlari ko'rsatish sohasiga madaniyat, telekommunikatsiya, savdo, ovqatlanish, sanoat sohasi tashkilotlari hamda muassasalari, ommaviy axborot vositalari faol jalb etilmoqda. Mamlakatimizda ichki turizm salohiyatini keng targ'ib etish, hududlardagi turistik bazalari, dam olish zonalari, pansionatlar, sanatoriy va kurortlar, rekreatsion va ekoturistik tashkilotlar faoliyatini yanada takomillashtirish borasida keng qamrovli ishlar amalga oshirilayotir.

Bu jarayonda turistik sohasining huquqiy asosini takomillashtirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yil 10-oktabrda qabul qilingan «O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarori turizm va turistik infratuzilmani rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash, milliy turistik xizmatlarni xalqaro turistik bozorlariga faol kiritishga xizmat qilishi shubhasiz.

Har bir hudud uchun 2011-2012-yillarga mo'ljallangan manzilli chora-tadbirlar dasturlarida viloyatlar, tumanlar, shahar va qishloqlarda ichki turizmni rivojlantirish yuzasidan amalga oshirilishi zarur bo'lgan aniq tadbirlar belgilab berilgan. Ushbu tadbirlar har bir hududning o'ziga xos jihatlari va ichki imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda belgilangan. Masalan, tarixiy va me'moriy obidalar nisbatan kamroq hududlarda faol turdagi turistik xizmatlarni yo'lga qo'yish, shuningdek, tog'li zonalar, qishloq joylarga mo'ljallangan alohida turdagi turistik xizmatlarni tashkil qilish kabi vazifalar nazarda tutilgan. «O'zbekturizm» milliy kompaniyasi tomonidan tegishli idora va tashkilotlar bilan hamkorlikda mazkur tadbirlarni amalga oshirish yuzasidan muayyan ishlar olib borilmoqda. Bunday sa'y-harakatlar samarasida Qoraqalpog'iston Respublikasi, Navoiy, Jizzax va Xorazm viloyatlarida bir qancha o'tov oromgohlari, kempinglar, dam olish va sog'lomlashtirish maskanlari barpo etilib, sayyohlar uchun turli turistik xizmatlardan foydalanish imkoniyatlari yaratildi.

Samarqand, Buxoro, Toshkent, Xiva, Shahrisabz, Marg'ilon singari shaharlarimizda xalqimizning boy tarixi haqida hikoya qiluvchi qadimiy obidalar

avaylab saqlanayotganligi hamda milliy hunarmandlik markazlari faoliyat ko'rsatayotgani mazkur hududlarda nafaqat xalqaro, balki ichki turizmni ham jadal rivojlantirishda muhim omil bo'layotir. Xususan, Buxorodagi madaniy va tarixiy yodgorliklar, jumladan, Masjidi Kalon va Chor Bakr majmualari, Bahouddin Naqshband, Abduxoliq G'ijduvoni kabi buyuk ajdodlarimizning qadamjolarini ziyorat qilish maqsadida minglab hamyurtlarimiz mazkur viloyatga sayohat qilmoqdalar. Tegishli tashkilot va o'quv muassasalari bilan hamkorlikda ichki yo'nalishlar bo'yicha safarga chiqish istagida bo'lgan yurtdoshlarimiz uchun avtobuslarda imtiyozli narxlarda sayohatlar uyushtirilmoqda. Bu yurtdoshlarimizning o'lkamiz boy madaniy merosi va qadimiy tarixi, shuningdek, istiqloq yillarida shahar va qishloqlarimizda amalga oshirilayotgan ulkan bunyodkorlik ishlari bilan yaqindan tanishishida muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Mamlakatimizning chekka hududlari, xususan, Orolbo'yida ham ichki turizmni rivojlantirish ishlari doirasida yangi sayyohlik yo'nalishlari tashkil etilmoqda. Qoraqalpog'iston Respublikasi hududidagi qadimiy qal'alar hamda diqqatga sazovor joylar bo'ylab uch yo'nalishda turlar taklif etilmoqda. Xususan, Quyi Amudaryo davlat biosfera rezervati, Ustyurt kengliklaridagi sayg'oqlar yaylovi, Sudoche ko'lining saqlanib qolgan akvatoriyasiga sayohatlar uyushtirilmoqda. «Sahrolar ichra o'tmish sadolari», «Orolga sayohat», «Tilaklar qudug'i», «Ipak ipi mo'jizasi», «Qoraqalpog'istonning qadimiy qal'alari» kabi dasturlardan iborat yo'nalishlar sayyohlarga ko'proq ma'qul kelmoqda. O'lkaning boy tarixiy va madaniy yodgorliklari haqidagi ma'lumotlarni o'zida mujassam etgan Nukus shahridagi I.Savitskiy nomidagi san'at muzeyida to'qson mingdan ortiq eksponat saqlanadi. Qoraqalpoq elining milliy bezaklari, xalq amaliy san'ati namunalari, kashtachilik buyumlari, milliy liboslari turistlarning e'tiborini tortmoqda.

Orolbo'yiga turistlarni yanada ko'proq jalb etish maqsadida mintaqaning tabiiy iqlim sharoitidan oqilona foydalanilib, yangi loyihalar ishlab chiqilmoqda. Misol uchun, tabiiy suv havzalarida baliq, o'rdak ovlash bo'yicha yangi sayyohlik

yo‘nalishlari tashkil etilgan. Shuningdek, «Mizdaqxon qal’a», «Tuproqqal’a», «Ayozaqal’a», «Chilpiq» kabi qadimiy yodgorliklar, Amudaryo sohili bo‘ylab ekologik turlar tashkil etilmoqda.

Qoraqalpoq xalqining milliy urf-odatlarini, an‘ana va qadriyatlarini namoyon etgan o‘ziga xos sayyohlik turlari tashkil etish orqali xorijiy mamlakatlardan ko‘plab sayyohlarni jalb etmoqda. So‘nggi yillarda mamlakatimizning boshqa hududlaridan Qoraqalpog‘istonga sayohatga keluvchilar ko‘paymoqda, o‘z navbatida hududimiz aholisining Samarqand, Buxoro, Toshkent, Xiva, Termiz kabi shaharlarimizga sayohati uyushtirilmoqda. Mamlakatimizda sayyohlikning, jumladan, ichki turizmning rivojlanishi yangi ish o‘rinlari ochilishi, iqtisodiyotimizning va xalqimiz farovonligining yanada yuksalishiga xizmat qilmoqda.

Mamlakatimizda ichki turizm infratuzilmasini rivojlantirish borasida olib borilayotgan keng ko‘lamli ishlar turistlarga qulay sharoit yaratish va ularning o‘z turistik safarlarini mazmunli o‘tkazishiga xizmat qilishi bilan bir qatorda O‘zbekistonimizning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotiga ham munosib hissa bo‘lib qo‘shilmoqda.

Mamlakatimiz Prezidenti I.Karimov turizm sohasini rivojlantirish va uning imkoniyatlaridan samarali foydalanish dolzarb vazifalardan biri ekanligini alohida ta’kidlaydilar: «Turizm sodda qilib aytganda dunyoni tushunib, dunyoni anglash, shu bilan birga dunyo sahnasiga chiqishi demakdir... Toshkent, Samarqand, Buxoro, Marg‘ilon, Shahrisabz va Xiva kabi shaharlarimizning 2500-3000 yillik tarixi bor. Bu juda katta ma’naviy boylik, uni sayyohlikni rivojlantirish yo‘li bilan moddiy boylikka aylantirish mumkin». Globallashuv jarayonida turizm yanada rivoj topib, natijada, ushbu sanoat jahon tovarlar va xizmatlar eksportida birinchi o‘ringa chiqib oldi. Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, turistik oqim hozirda yiliga bir milliard nafardan ziyod kishini tashkil etmoqda. Insoniyatning madaniy beshiklaridan hisoblangan O‘zbekiston diyori ham ushbu oqimning ajralmas bo‘lagi sanaladi. Respublikamiz hududidagi qadimgi sivilizatsiyalar, noyob tarixiy va madaniy yodgorliklar,

arxitekturaning buyuk namunalarini o'rganishga bugugi kunda Yaponiya, Fransiya, Germaniya va boshqa ilg'or mamlakatlar olimlarining kirishgani ham fikrimizni tasdiqlaydi. Zero, O'zbekiston ham o'zining jozibadorligi, noyob arxetektura obidalari, madany merosi va dam olish, sayohatlar uchun mo'ljallangan maskanlar bilan jahondagi ilg'or mamlakatlardan qolishmaydigan yirik turistik davlatga aylanib bormoqda.

So'nggi yillarda mamlakatimizga turist sifatida tashrif buyuruvchi xorijlik fuqarolar sonini sezilarli darajada oshirish uchun sohada keng ko'lamli islohotlar, sa'y-harakatlar amalga oshirilmoqda, maxsus dasturlar ishlab chiqilib, hayotga keng joriy etilmoqda. Natijada, O'zbekistonda turistik xizmatlar hajmining o'sishi yildan-yilga ortmoqda. Masalan, 2013-yilda ushbu ko'rsatkich 16 foizni tashkil qilib, xizmatlar eksporti 20 foizga oshdi, qariyb 600 ming nafar xorijlik turistlar respublikamizda mehmon bo'ldi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida 2006-2010 yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 2006 yil 17 apreldagi qarorida belgilangan mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun foyda solig'i hamda yagona soliq to'lovi bo'yicha imtiyozlarning amal qilish muddati 2017 yilning 1 yanvarigacha uzaytirildi. Shu munosabat bilan yangi xizmatlar ro'yxati tasdiqlangan bo'lib, unga ko'ra ko'rsatilgan soliq imtiyozlari ta'sir qiladi. Jahon turistik tashkilotining ma'lumotlariga ko'ra, bugun dunyoda bir yilda 700 mln. kishi turli maqsadlarda sayohat qilib turizmga 600 mlrd. dollardan ko'proq mablag' harajat qilar ekan .

Xorijlik mehmonlarni respublikamizga ko'proq jalb qilishning muhim sharoitlaridan biri, bu turizm infratuzilmasini jahon andazalari talablariga mos tarzda rivojlantirishdir. Bu borada mamlakatimizda so'nggi yillarda samarali ishlar amalga oshirilayotganini aytib o'tish joiz. Xususan, ko'plab tarixiy va arxitektura yodgorliklari restavratsiya va konservatsiya qilinmoqda, ko'plab yangi mehmonxona va yo'llar qurilmoqda, mamlakatimizga tashrif buyuruvchi sayyohlarga sifatli servis

va transport xizmatlari ko'rsatilmoqda. Turistlarga bevosita ishlab chiqaruvchilarning o'zlaridan sotib olingan Boeing va Airbus kompaniyalarining samolyotlari xizmat ko'rsatib, jumladan, jahonning 40 dan ziyod shahriga aviaparvozlar amalga oshirilmoqda. Shuningdek, mehmonlarga tijorat banklarining ko'p tarmoqli tizimi keng doiradagi moliyaviy xizmatlarni taqdim etmoqda. Mamlakatimizning asosiy qismi internet tarmog'iga ulangan uyali aloqa xizmatlari bilan qamrab olingan, bu turistlarga mamlakatimizda va jahonda yuz berayotgan voqealardan hamda yaqin kishilari holidan xabardor bo'lib turish imkonini beradi. Mamlakatimizda mehmonlarga ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirish ishlari uzluksiz davom ettirilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012 yil 10 maydagi "2012-2016 yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida" qarori doirasida yaqin besh yil mobaynida barcha xizmatlarning solishtirma og'irligi YAIM dagi ulushini 55% ga yetkazish belgilab olindi. Yangi dastur 2016 yilgacha mamlakatimizning yalpi ichki mahsulotida xizmat ko'rsatish sohasining ulushni bosqichma – bosqich oshirilishini nazarda tutadigan 2012-2016 yillarda O'zbekiston Respublikasi bo'yicha xizmat ko'rsatish sohasining asosiy turlarini rivojlantirishning maqsadli parametrlarini o'z ichiga qamrab oladi .

2013-yilda qabul qilingan Xorazm, Surxandaryo, Toshkent va Qashqadaryo viloyatlardan turizm sohasini rivojlantirish dasturlari respublikamizda turizm sohasini rivojlantirish jarayonidagi yangi bosqich bo'ldi. Mazkur dasturlar doirasida turizm infratuzilmasini rivojlantirishga yo'naltirilgan loyihalarning amalga oshirilishi nazarda tutilgan bo'lib, bu turistlarni tomosha ob'ektlariga olib boruvchi yo'llarni ta'mirlash, turistik markazlarning muhandislik infratuzilmasini yaxshilash, mehmonlar, restoranlar, istirohat bog'lari, bouling-klublar va ko'ngilochar ob'ektlar qurilishi singari kompleks masalalarni qamrab olgan. Dasturlar loyihalar tashabbuskorlari uchun mo'ljallangan katta imtiyozlar to'plami bilan ta'minlangan.

Davlatimiz tomonidan sohaga berilayotgan e'tibor, amalga oshirilayotgan ustuvor islohotlar samarasi o'laroq, ko'plab yangi ish o'rinlari tashkil etilib, aholi daromadi yuksalmoqda. Misol uchun, 2012-yilda faqatgina Samarqanddagi turistik tashkilotlar tomonidan jami 29,6 mlrd so'mga yaqin turistik xizmatlar va 11,6 mln AQSH dollari miqdoridagi eksport xizmatlari amalga oshirildi. Shu yili viloyatga 100 ming nafarga yaqin chet ellik sayyohlar tashrif buyurdi. Sayyhar sonining yillik o'sish sur'ati esa yiliga 10 – 15 foizni tashkil etmoqda. 2013-yil yakuni bo'yicha viloyatda turistik firma va mehmonxonalar soni 160 taga yetdi.

Viloyatga xorijiy sayyohlarni ko'proq jalb etish, turistik xizmatlarning rang-barangligini kengaytirish maqsadida yangi marshrutlar joriy qilinmoqda. Bugungi kunda mahalliy turistik faollarimiz dunyoning turli mamlakatlarida (London, Berlin, Madrid, Milan, Tokio, Shanxay, Seul, Moskva) tashkil etilayotgan yarmarkalarda faol ishtirok etishmoqda. Dunyoning yetakchi mamlakatlari turoperatorlari bilan o'zaro hamkorlik shartnomalari imzolanib, respublikamizga keluvchi sayyohlar oqimini ko'paytirishga munosib hissalarini qo'shmoqdalar.

Hozirda viloyatda turizmni rivojlantirishning 2014–2015-yillarga mo'ljallangan maxsus dasturi ishlab chiqilgan. Dasturda viloyatning turizm salohiyatidan yanada kengroq foydalanib turistlar sonini ko'paytirish, soha infratuizilmasini rivojlantirish, xizmatlar turini kengaytirish va sifatini yanada ko'tarish, turizmning yangi yo'nalishlarini joriy qilish, viloyatda ichki turizmni rivojlantirish, soha uchun malakali kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish masalalariga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Shuningdek, viloyatga tashrif buyurayotgan turistlar sonini oshirish turistlarning Samarqandda bo'lish davrini uzaytirish hamda O'zbekiston Respublikasi prezidentining 2013-yil 17-apreldagi qarori ijrosini ta'minlash maqsadida viloyatda turizmning ekologik, tibbiy-sog'lomlashtirish, sport, agro va geoturizm kabi turlariga kam e'tibor qaratilmoqda. Ushbu xizmat turlarini ustuvor rivojlantirishning zonalari etib viloyatning Urgut tumani Qoratepa hududida Taxtaqoracha dovoni yo'lining

atrofi va «Ming archa» dam olish maskani, Samarqand tumanining Ohalik va Mironko'l qishloqlari hududi, Nurobod tumanining Oqsoy qishlog'idagi «Hazrat Dovud» ziyoratgohi va Nurbuloq qishlog'idagi «Nurbuloq» sanatoriyasi atrofi, Jomboy tumanidagi «Zarafshon» qo'riqxonasi hamda Paxtachi tumanidagi «Dobusiya» qal'asi atrofi belgilandi.

Xulosa qilib aytganda, dunyo tamadduni beshiklaridan bo'lmish qadim va navqiron Samarqand turizm sohasida olib borilayotgan islohotlar, sohaga qaratilayotgan e'tibor tufayli yanada jozibador qiyofa kasb etmoqda. Bunday ijobiy o'zgarishlar yaqin kelajakda jahon turizm markazlaridan biriga aylanishda muhim omil bo'ladi, desak aslo mubolag'a bo'lmaydi.

3.3. Turoperatorlik xizmatlarida turistlar xavfsizligini ta'minlash masalalari

«Turizm xavfsizligi» keng ma'noli tushuncha bo'lib, turizmda xavfsizlik turist va uning yuklarining xavfsizligi, turistik muhit qatnashchilarining muhim hayotiy qiziqishlarini ichki va tashqi xavflardan, hamda turizmni rivojlanishida atrof-muhitning salbiy omillardan himoyalanganligi tushuniladi.

Turizmdagi xavfsizlik – bu turist hayoti va sog'lig'ini saqlash maqsadida, hamda unga va atrof-muhitga (jamoaga, jamiyatga, davlatga, tabiatga) yetkazilgan zararlarni minimallashtirishga qaratilgan majmualiy tadbirlardir. Dunyoda bo'lib o'tayotgan voqea-hodisalar xavfsizlik masalasi qanchalik muhimligini ko'rsatmoqda va bu yerda nafaqat mamlakat ichki tartibi, balki xalqaro darajada muvofiqlashtirish talab etiladi. Turizmda xavfsizlikni ta'minlash borasidagi qarorlar turistik faoliyat sohasidagi qonunlarning asosiy tarkibiy qismi hisoblanadi.

Keng ma'noda bu yerda umumiy tushunchaga ega huquqiy me'yorlar (aktlar) kiritiladi, ularda turizm xavfsizligi to'g'risida ham alohida me'yorlar ko'rsatilgan. M: «Sug'urtalash to'g'risida», «Prokratura to'g'risida», «Sudlar to'g'risida»

«Iste'molchilar huquqini himoya qilish to'g'risida», «Chegara to'g'risida», «Pasport to'g'risida», «Xorijiy fuqarolar va fuqaroligi bo'lmaganlar to'g'risida», vazirliklar, hukumat va xokimiyat qarorlari, korxonalar qarorlari va boshqalar.

Turizmda xavfsizlik 5 tamoyil asosida ta'minlanadi:

1. Milliy qonunlar, xalqaro huquqlar asosida turistlarni jo'natuvchi yoki qabul qiluvchi davlat ularni himoya qilishi, panohiga olishi shart. Mamlakatda xorijiy turistlarning 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 hodisalarning 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. Bular huquqiy, tartibni saqlash kuchlari (militsiya, razvedka xizmatlari) jinoyatchilik rivojini 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 harakatlarning oldini oladi, veterinariya va sanepidemiologiya xizmati – sanitariya talablarini tekshiradi va b.

3. Mikrodarajadagi tashkiliy mexanizm asosida. Bu turistlarga bevosita xizmatlar taklif etuvchi turistik korxonalardir. Masalan: turfirma marshrutni

sertifikatlaydi, sugʻurta kompaniyasi – turistni sugʻurtalaydi, mehmonxona-yongʻin va epidemiologik xavfsizlikni taʼminlaydi, avtotransport korxonalari mashinalarning texnik ahvolini tekshiradi.

Mahalliy jamoa ham tashrif buyuruvchilarga xavfsizlikni taʼminlashlari shart. Buning uchun gidlar maxsus tayyorgarlikdan oʻtadilar, marshrutlar xavfsizligi (yoʻllar toshloq, zaharli oʻsimliklar, yovvoyi hayvonlar) tekshiriladi, turistlarga maxsus moslamalar (palatka, qutqaruv jileti, dori-darmon) bilan taʼminlanadi, qutqaruvchilar va oʻrmon xizmatlari guruh kelgani va ularning bu yerda boʻlish muddati haqida ogohlantiriladi.

Turistning oʻzi ham xavfsizlik qoidalariga rioya qilishi shart. Yaʼni, uning hayoti va sogʻligʻiga kimlar xavf solishini anglashi, qabul qilingan talablarga rioya qilishi, hushyor boʻlishi shart.

4. Iqtisodiy mexanizmlar asosida. Xavfsizlik taʼminlanishining iqtisodiy mexanizmlari turist hayoti va mulkiga zarar yetkazilganda uni qoplashini nazarda tutadi. Masalan: sugʻurta kompaniyasining sugʻurta fondi zaruriy summani toʻlashga qurbi yetadigan boʻlishi kerak. Davlat muhim organlar faoliyatini kerakli darajada moliyalashtirishi zarurkim, ular oʻz vazifalarini yaʼni, yoʻqolgan turistlarni izlash, jinoyatchilardan himoyalash, kasalliklarni oldini olishdir.

5. Ijtimoiy – madaniy va siyosiy darajada xavfsizlik deganda jamiyatni boshqa ijtimoiy qarashlardan – diniy, gʻoyaviy, udumlarning buzulishi va boshqalar nazarda tutiladi. Afsuski turizm alkogolizm, narkomaniya va boshqa salbiy oqibatlarga ham sabab boʻlmoqda. Bu yerda xalqaro terrorizmga qarshi kurash, diniy ekstremizmga qarshi davlatlararo koalitsiyalarni tuzish ham eʼtiborga olinmoqda.

Turizmda turistlarning hayoti xavfsizligini taʼminlash eng muhim, davlat ahamiyatiga molik masala hisoblanadi. Hozirgacha turizmning rivojlanishiga quyidagi omillar asosiy taʼsirlarni hosil qilmoqda. Mazkur asosiy omillarni 2 guruhga boʻlishimiz mumkin.

I – guruh – «Statistik omillar» - bu omillar vaqt o'tishi bilan o'z ahamiyatini yo'qotmaydi, saqlab turadi. Bu guruhga tabiiy iqlim omillari, geografik omillar, madaniy – tarixiy omillar kiradi.

II – guruh – «Dinamik omillar» - Bu guruhga quyidagi omillar kiritilgan.

1. Siyosiy omillar
2. Ijtimoiy – demografik omillar
3. Iqtisodiy – moliyaviy omillar
4. Moddiy texnik omillar

Turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash O'zbekistonda turizmni tashkil qilish va rivojlantirish sohasidagi dastlabki qonunlarda alohida modda bilan belgilangan. Ana shunday dastlabki qonun – O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi qonuni hisoblanadi. Bu qonun 20-avgust 1999 yilda qabul qilingan bo'lib, qonundagi 18,19,20 moddalar turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashdagi chora – tadbirlar tizimini yaratishga asos bo'ladi.

Marshrutdagi transport xizmatlarida turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash. Turizm marshrutdagi eng ma'suliyatli xizmatlar bu – transport vositalarining xizmatlari hisoblanadi. Turistik marshrutga transport xillari marshrut yo'llarini, ekskursiyalarni, yo'lning holati (avtomagistral, tosh yo'l, shosse, mahalliy yo'l va hakoza) bo'yicha tanlanadi.

Shaharlararo o'tkaziladigan turistik marshrutlarda transport xillarini tanlash muammo emas. Bunday marshrutda transport turlari turistlarning soniga qarab (yengil avtomobil, mikroavtobus, avtobus va boshqalar) tanlanadi. Turmarshrutga olingan avtotransport turi albatta DAN tashkilotidan texnik ko'rikdan o'tgan bo'lishi, tozaligi, sozligi, shuningdek, haydovchi haqida tavsifnoma, uning hujjatlari, ish tajribasi bilan tanishiladi va yo'ldagi tezlik va to'xtash joylari, harakatlanish faqat turistik marshrut rahbari ruxsati bilan amalga oshirilishi haqida kelishib olinadi.

Turistik marshrut davomida turistlarning transportni o'zboshimchalik bilan to'xtatishlariga ruxsat berilmaydi. Qayd qilganimizdek, transportni yo'lda to'xtatish

turmarshrut rahbari ruxsati bilan amalga oshiriladi. Marshrut davomida turistlarning transport ichida, salonida ozodalikni, tartib – intizomni saqlash, transport derazalaridan har xil narsalarni tashlamaslik, qo‘lni, boshni, gavdani derazalardan chiqarmaslik va hokozolar bo‘yicha marshrut rahbari o‘ta xushmuomilalik bilan turistlarga murojaat qilishi ham zaruriy axborotlardan hisoblanadi.

Shuningdek, marshrut davomida transport salonida gaz va boshqa yoqimsiz hidlarning kelib chiqishiga yo‘l qo‘ymaslikda ham haydovchi marshrut boshlanishidan oldin ogohlantiriladi. Turistik marshrutga transportni ajratgan tashkilotning manzili, telefon raqami, rahbarlari haqidagi ma‘lumotlar marshrut rahbarida bo‘lishi shart.

Turistik marshrutdagi joylashtirish xizmatlarida hayot xavfsizligini ta‘minlash. Marshrut shaharlarda, tumanlar markazlaridagi turistik resurslarga uyushtirilsa turistlarni joylashtirish muammo emas chunki, ular marshrutgacha mehmonxonalarda joylashgan bo‘lishadi.

Marshrut shaharlardan uzoq bo‘lganda yoki marshrut rejasi bo‘yicha tunashga to‘g‘ri kelganida xavfsizlik tadbirlari ko‘riladi. Ayniqsa, mahalliy aholi uylarida bir kunlik tunash sharoitlari turistlarga to‘liq tanishtirilishi, tushuntirilishi lozim.

Agar turistlar turistik lager binolarida joylashtirilganda xavfsizlik holatlarini batafsil tushuntirishga hojat yo‘q. Chunki, yangi joylashtirilgan turistlar ulardan oldin kelib joylashgan turistlar bilan birga yashayverishadi. Agar turistlar palatkalarda tunaydigan bo‘lsa, albatta yig‘ma karovatlar, yig‘ma stol-stullar, toza choyshablar tayyorlanishi lozim bo‘ladi.

Dala sharoitida qurilgan palatkali tunash sharoitlarida palatkalar ichi, atrof maydon to‘liq turistlar yetib kelguncha tozalanib, tartibga keltirilishi zarur. Palatkalarni joylashtirishda iloji boricha ochiq sayhonlik, yoki o‘tloqzorlar tanlanishi maqsadga muvofiq. Qalin o‘sovchi o‘tzor, pichanzorlarda hasharotlar ko‘p bo‘lganligidan bunday joylarda ilon, chayon, qoraqurt, falanga, ari kabi chaquvchi hashorotlar turistlarning hayotiga xavf solishi mumkin.

Turistik marshrutda yoz oylari dalada tunashni hohlovchi turistlarga havoda uxlash uchun maxsus ko'rpachalar berilishi lozim. Bu usulda tunash ekspeditsiya usuli ham deyiladi. Bunday sharoitda maxsus ko'rpachalarda mashinalar bortida, balandliklarda bemalol tunash mumkin.

Marshrutdagi ovqatlantirish xizmatlarida hayot xavfsizligini ta'minlash. Marshrut shahar ichida yoki bir-biriga yaqin tumanlarda, shaharlardan o'tganidan turistlarni ovqatlantirish muammo emas. Marshrutdagi ovqatlantirish xizmatlarida turist hayotiga xavf soluvchi vaziyatlar, holatlar aksariyat hollarda ekologik marshrutlarda yoki shaharlar tashqarisidagi marshrutlarda yuz berishi mumkin. E'tibor berilmasa, turistlarni ovqatlantirishda turist ovqatlanadigan barcha mavsumlarda va barcha harakatlanishning geografik makonlarida hayotga xavf soluvchi vaziyatlar yuz berishi mumkin.

Birinchi, mavsumlarda turistlarni ovqatlantirishda jiddiy ehtiyot choralarini ko'rish talab qilinadi. Mavsumlarda turistlarni ovqatlantirishda dastlab may-iyun oylarida pishib yetiladigan mevalar (qulupnay, gilos, olma, uzum, tut) ni turist dasturxoniga tortishda me'yordan oshirmaslik zarur (hatto turist talab qilganda ham).

Kuzatuvlardan ma'lumki, tropik mintaqalardan, Yevropa davlatlaridan keladigan turistlar bizning vatanimizda pishib yetiladigan mevalarning vitamini yuqoriligi (kaloriyaligidan) sababli ko'proq xush ko'rib iste'mol qilishadi. Bunday holatlarda qayd qilingan mamlakatlardan kelgan turistlarda qon bosimi birdaniga ko'tarilib ketishi ko'plab kuzatilgan.

Ikkinchi, yoz mavsumida haroratning balandligidan turistlarni suv bilan ta'minlashda ham ko'ngilsiz hodisalar yuz berishi hollari ham kuzatilgan (suv kranlaridan olib berish, muzlatgichlardan olib berish va h.k.).

Uchinchi, turistlarni milliy taomlarimiz bilan ovqatlantirishda ham ehtiyotlik choralarini ko'rish lozim bo'ladi (2-3 xil ovqat berish, yog'li ovqatlar berish va h.k.).

To‘rtinchidan, turistlar marshrut davomida mahalliy aholi hayotini o‘rganishda, qiziqishlarida xalqimizning o‘ta mehmondo‘stligi tufayli turistlarni uylariga, bir piyola choyga taklif qilishadi. Ana shunday uchrashuvlar ayniqsa, ekologik turizm marshrutlarini o‘tkazishda ko‘p uchraydi. Bunday uchrashuvlarda ba’zida spirtli ichimliklar, sifatsiz suvlar (buloqlardan, daryolardan, ariqlardan olingan) ham turistlarda oshqozon ichak faoliyatlarining buzilishiga olib kelishi mumkin.

Turistik marshrut rahbari va ovqatlantirishni bajaruvchilar turistlarni ovqatlantirishda ularning sog‘ligiga zarar yetkazuvchi mahalliy manbalarni juda yaxshi bilishlari lozim bo‘ladi. Turistlarni ovqatlantirishda oziq-ovqat mahsulotlarining, idish-tovoqlarning va ovqatlanadigan joylarning ekologik jihatlardan toza bo‘lishiga jiddiy e’tibor berishlari talab qilinadi.

Yekskursiya xizmatlarida turistlarning hayoti xavfsizligini ta’minlash. Turizm marshrutlaridagi ekskursiyalarda ham turistlarning hayotiga xavf soluvchi vaziyatlar bo‘lishi mumkin. Chunki, marshrutlardagi ekskursiyalarda ham turistik marshrutlardagi barcha xizmatlar ko‘rsatiladi. Ayniqsa ekoturizm marshrutlaridagi (tog‘larda, suv havzalarida, daralardagi so‘qmoqlarda va h.k) ekskursiyalarda harakatlanishdagi xavfsizlik oldindan ta’minlanishi zarur.

Turistlarni tog‘ so‘qmoqlarida tabiat bilan tanishtirish ekskursiyalarida ehtiyotlik choralariga, tartib-intizomga rioya qilish kerak. Chunki, bunday sharoitda turistlar surinib, pastliklarga tushib ketishi yoki oldinda ketayotgan turistlarning noto‘g‘ri harakatlaridan pastda kelayotganlar ustiga toshlar yumalab ketishi hollari yuz berishi mumkin.

Yekskursiyalar o‘tkazish davrida (yekoturizm ekskursiyalarida) tabiatning so‘lim joylarida dam olish istagi paydo bo‘lgan hollarda, turistlarni qisqa muddatli ovqatlantirishda tushonka, kolbasa, brinza yoki oldindan pishirilgan ovqatlarning toza saqlanganligi, sifati tekshirilgandan keyin foydalanishi lozim. Ichimliklar albatda termosda choy, gazlangan suv o‘z idishlarida saqlanishi kerak.

Turistik marshrutni o'tkazishda turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashda eng ishonchli vositalar bo'lishi tibbiyot markazlari va ularning bo'limlari bilan doimiy telefon aloqalarning mavjud bo'lishligi marshrut rahbari uchun ma'suliyatli, majburiy vazifa bo'lishligi talab qilinadi. Ikkinchidan, marshrut rahbari marshrutga yaqin bo'lgan va atroflardagi tibbiy yordam ko'rsatish punktlari joylashgan manzillarni juda yaxshi bilishlari kerak. Uchinchidan, marshrut davomida tibbiyot dorilar qutichalari (aptechkalar) bo'lishligi ham marshrut hujjatlarida rasmiylashtirilishi talab qilinadi.

Turistik marshrutlarda turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashdagi birinchi chora-tadbirlar bu-marshrut boshlanishida turistlarga marshrutda tartib-intizomning saqlanishi, xavfli vaziyatlar yuzaga kelishidan ehtiyot bo'lish haqida qisqacha tushuntirish ishlari o'tkazilishi va bu haqda marshrut axborotnomasida alohida qaydlar bo'lishini amalga oshirishdir.

Turistik marshrutlarda turistlarning birortasi bilan ko'ngilsiz, hayotiga xavf soluvchi voqealar yuz berganda tezkor usullarda bunday voqealarni bartaraf etish chora-tadbirlari ko'riladi. Agar bunday voqealarga marshrut tashkilotchilari aybdor bo'lishsa uzr so'rashni turistik tashkilot rahbari bajaradi. Marshrut tugagandan keyin yuz bergan voqea turistik firma jamoasi ishtirokida muhokama qilinib tegishli qarorlar qabul qilinishi kerak.

Turistlarning hayotiga xavf soluvchi omillar, vaziyatlar, ob'ektlar, holatlar haqida so'z yuritganda e'tibor berish lozimki, turist mehmonxonaga kelib joylashgandan keyin o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lgan marshrutda bo'ladi. Turistlar xohishi bo'yicha mehmonxona yaqinida joylashgan ob'ektlarga (parklarga, ko'chalarga, binolarga, markazlarga va h.k) qisqa muddatli sayrlarga chiqishi ham marshrut haritasidi ko'rsatilgan bo'ladi va bu yurishlar, tanishishlarda turistlarni albatta marshrut rahbari turoperator boshlab yuradi. Shuning uchun ham turistlarning hayotiga xavf soluvchi holatlar, omillarni marshrut rahbari juda yaxshi bilib olishlari zarur bo'ladi.

Turistlarning hayotiga xavf soluvchi omillar quyidagicha ta'riflanadi:

1. Zararli omillar.

- jarohat olish xavfi;
- yong‘inda qolib ketish xavfi;
- biologik ta‘sir qilish xavfi (atrof - muhit);
- ruhiy-jismoniy yuklama olish;
- nurlanish xavfi;
- kimyoviy zararlanish xavfi;
- tutundan va gazdan zaharlanish xavfi;
- turistning tavakkalchasiga harakatlanishidan kelib chiqadigan xavflar.

2. Biologik omillar.

- mikroorganizmlar (mikroblar)dan zararlanish xavfi (oshqozon-ichak faoliyatining buzilishi);
- zaharli o‘simliklardan zaharlanish xavfi;
- zaharli sudralib yuruvchilar (ilonlar, hasharotlar), hasharotlar (chayon, qoraqurt, ari) dan zaharlanish xavfi;
- yuqumli kasalliklar tashuvchi yovvoyi va xonaki hayvonlar, parrandalardan har xil kasalliklarni yuqtirish xavfli;
- allergiya va boshqa kasalliklarni chaqiruvchi o‘simlikzor, o‘tloqzor va o‘rmonzorlarda ushbu kasalliklarni yuqtirish xavfi;
- mevalar, sabzavotlardan zaharlanish xavfi.

3. Kutilmagan omillar.

- turistlar joylashtirilgan joylarda tabiatning favquloddagi hodisalari (suv toshqini, qor ko‘chishi, ob-havoning keskin o‘zgarishi va hokazolar)dan kelib chiqadigan xavflar;
- turistlar joylashgan joylardagi aholi, jamoatchilikdagi tartib-intizomning bo‘shligidan kelib chiqadigan xavflar;

- turistlar foydalanayotgan mehmonxona, lager binolarining texnik holati, kanatli sim yo'llar, chang'i yo'llari, avtomagistrallar, so'qmoqlar va boshqa moddiy ob'ektlarning texnik holatidan kelib chiqadigan xavflar va bosh.

XULOSA

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda har bir turoperatorning vazifasi kelajakdagi sayohat tadbirini rejalashtirish, vaqtga uyg'unlashtirish, xizmat arzlariga munosib ravishda jadval asosida sayyohlarga sifatli xizmat turini tashkil etishdir. Aniq rejalashtirilgan sayyohlik tadbiri hech qachon kamchiliklar yo'l qo'yilmaydigan xizmat turiga ehtiyoj sezadi. Sayyohlik xizmatlarini obdon rejalashtirish malakali va tajribali turoperatorlarni samarali mehnati tufayli erishiladi.

Har qanday sanoatda ham (qishloq xo'jaligi, ishlab chiqarish, tog'-konchilik, neft va gaz qazib olish sanoati va hokazo) mamlakat hukumati xususiy tarmoqni bu sanoatlarning rivojlanishi yuzasidan rag'batlantirib borishi lozim. Turizm sohasida ham xususiy tarmoqlarni rivojlantirish, shu jumladan turistik firmalar faoliyatini takomillashtirish eng asosiy omillardan sanaladi. Turistik firmalarning rivojlantirishda asosan biznes rejalarni tuzishga katta ahamiyat beriladi. Chunki mukammal tuzilgan biznes- reja kelajakda ushbu firmaning yo'lini belgilab beradi. Turistik firmalar o'z mahsuloti rivojlanishining dastlabki bosqichida mashhur turizm maskanlari hukumatdan o'z faoliyatlarini yuritishga, transport va hokazolar kabi infratuzilmaning boshqa elementlariga egalik huquqi shaklida imtiyoz oladilar va ayni paytda hukumat ham turizm infratuzilmasini rivojlantirish maqsadida xususiy tarmoqlarga imtiyozlar beriladi.

Mamlakat va mintaqalarda turistlarning tutgan o'rni, iqtisodiy tizimga ta'sirini keng tus ola boshlaganidan turoperatorlar xususida dunyo davlatlari o'rtasida o'zaro rioya etiladigan tartiblar ishlab chiqilgan. Birinchi o'rinda turopereytingga oid faoliyat uchun ruxsatnoma, davlat organini aniqlash ruxsatnoma vakolatlari talab etiladi. Talab etiladigan ruxsatnomani (litsenziya) davlat qonunchiligiga muvofiq va mahalliy sharoitlardan kelib chiqib uch guruhga bo'lish mumkin:

-mustaqil faoliyat yurituvchi huquqini beruvchi turoperator ruxsatnomasini (litsenziyani) yuridik shaxs sifatida qonuniy shakllanganligini tasdiqlovchi hujjatlar taqdimoti, eng avvalo yuridik shaxslarni ta'sischi haqida ma'lumot, uning

tashkiliy-huquqiy shakli, ustav kapitalini o'lchami, ishtirokchi firmasining mulki to'g'risida ma'lumot;

-turizm sohasida tajribaga ega bo'lgan ishchilar guruhining, shtatlarning mavjudligi yoki ma'lumoti muvofiq keladigan, ya'ni kelajakda sifatli turoperator xizmatlari ko'rsata olish mumkinligi isbotlovchi holatlarni talab etilishi;

- kelajakda turoperatorlik faoliyati istiqbollari uchun shartnomalar (yuk tashuvchilar, boshqa turoperatorlar bilan shartnoma munosabatlari) mavjudligi.

Turistik agentliklar yangi tashkil etilganligi bois ularda xizmat ko'rsatuvchi xodim miqdorining kamligi va bundan tashqari tajribali marketologlarning yetishmasligi tufayli ular turistlar uchun qanday turistik mahsulotlarga ehtiyoj borligini, shuningdek, bu turistik mahsulotlarni turistlarga reklama qilish borasida qiyinchiliklarni boshidan kechirishmoqda. Marketing tadqiqotlarini o'tkazuvchi agentliklar esa o'zlaridagi marketing xizmatlarini turistik agentliklarga taklif etishsa, bu muammo hal bo'lardi. Ular ham mahalliy, ham chet ellik turistlarning qanday turistik mahsulot turlariga ehtiyojlari borligini to'liq o'rganish imkoniyatiga egadirlar. Bundan tashqari, bu agentliklar mamlakatimizning xushmanzara hududlarini chet ellarga reklama qilishlari ham turistik agentliklarga qaraganda osondir. Buning sababi, marketing tadqiqoti o'tkazuvchi agentliklarda ham tadqiqot o'tkazish, ham reklama uyushtirish uchun yetarli darajadagi moddiy-texnik bazaning shakllanganligida o'z ifodasini topadi. Shuni alohida ta'kidlab o'tish joizki, agarda turistlarga mamlakatimizda mavjud turizm resurslari yetarli darajada reklama qilinsa, u holda turistlarning mamlakatimizga bo'lgan qiziqishi yanada ortadi. Bu esa turizm sohasida faoliyat ko'rsatadigan kichik va o'rta biznes sub'ektlari salmog'ini oshishiga olib keladi.

Istiqlolgacha O'zbekiston dunyoga istiqbolli turistik yo'nalish sifatida ma'lum emas edi. Mustaqillikka erishganimizdan keyin turizm sohasidagi davlat siyosatining yangi tamoyillari tadbiqu bugungi yutuqlarimizga asos bo'ldi. Bugun oldimizda mamlakatimizning turizm salohiyatidan to'liq foydalanishday o'ta mas'uliyatli vazifa

turibdi. Ayni kunda kompaniyamizda «Turizm to'g'risida»gi qonunning yangi tahriri bo'yicha takliflar tayyorlash va mamlakatning tabiiy-iqlim, madaniy va milliy xususiyatlarini hisobga olgan holda turizm va mehmonxona infratuzilmasiga doir milliy standartlar ishlab chiqish borasida ishlar olib borilmoqda.

Turizm sanoatining yuqori darajada raqobatbardosh bo'lishini hisobga olgan holda, yaxshi marketing muvaffaqiyatning asosi ekanligini qayd qilish kerak. Turizm maskanlari turistlarni marketing xizmatlari o'ziga jalb qila olmaydi. hukumat tomonidan ilk bosqichda moliya bilan ta'minlanmay turib, turizm maskani «jahon turistik supermarketi peshtaxtalaridan o'rin ololmaydi». Shuning uchun marketing masalalarida hukumatlar o'z mamlakatini reklama qilish maqsadida Turizm vazirliklari yoki Milliy turizm tashkilotlarining fondlar bilan ta'minlab, ular orqali faoliyat yuritadilar. Mamlakatda turizm marketingi - xususiy sektor uchun harajatlarni nuqtai- nazaridan ham, amalga oshirish nuqtai-nazaridan ham juda katta vazifadir.

Xususiy sektor asosan mehmonxonalar, mehmon uylari, transport tashkilotlari, ovqatlanish korxonalari va boshqalar bilan bog'langanligi bilan harakterlanadi. Hozirgi paytda amalda shunday vaziyat yuzaga keldiki, ko'pchilik mamlakatlarda xususiy tarmoq asosan hukumat tomonidan moliya bilan ta'minlanadigan davlat marketingi budjetiga moliyaviy to'lovlarni amalga oshiradi. Moliyaviy to'lovlar turizm maskanining holatiga qarab 20-30% oralig'ida o'zgarib turadi, Masalan: Buyuk Britaniyada xususiy tarmoq to'lovlari 50%, Gollandiyada 50% va Irlandiyada 20% ni tashkil etadi. Bu turizm maskanlari mavqeining tiklanishiga yanada ko'proq imkoniyat beradi.

TAKLIFLAR

Yuqoridagi malakaviy bituruv ishimning xulosasidan kelib chiqib, quyidagi takliflarni beraman:

1. Har bir turistik firma o'z mehmonxonasi va transporti (avtobus, mini avtobus va yengilavto mashina) ga ega bo'lishi;
2. Turistik firmalar o'z faoliyati bo'yicha chet el davlatlariga ham reklamalarini kuchaytirishi;
3. Mahalliy va xorijiy turistlarni jalb qilish maqsadida turli mavzudagi turistik loyihalarni ishlab chiqish;
4. Viloyatlarda mahalliy turizmni rivojlantirish va yangi turlarni ishlab chiqish;
5. O'zbekiston xududi bo'yicha turistik haritalarni yangilash, ya'ni shahar ko'chalarning yangi va eski nomilarini birgalikda kiritish;
6. O'zbekistonda turizm yo'nalishida o'tkaziladigan barcha festivallar, bayramlar va tadbirlar reklamasini yo'lga qo'yish va takomillashtirish;
7. Turizm sohasida nomavsumiylikni yo'qotish va boshqalar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. -T.: O'zbekiston. 2008 yil.
2. O'zbekiston Respublikasi «Turizm to'g'risidagi» qonuni. //Xalq so'zi 1999 y. 20 avgust.
3. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining №346 1998 yil 8 avgustda qabul qilingan «Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish to'g'risida»gi faooliyati. //Xalq so'zi, 1998 yil 9 avgust.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2011 yil 5 yanvardagi «O'zbekiston Respublikasida 2015 yilga qadar xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar haqida»gi PQ-830-sonli qarori.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2013-yilning asosiy yakunlari va 2014-yilda O'zbekistonni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi 18.01.2014 yil
6. Karimov I.A. «Mamlakatimizda demokratik islohatlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi». // Xalq so'zi, 2010 yil, 13 noyabr.
7. Karimov I.A.Asosiy vazifamiz – Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz faravonligini yanada yuksaltirish. – Toshkent: «O'zbekiston», 2010. – 80 b.
8. Abidova D., Meliboyev U. O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish istiqbollari. Xalqaro ilmiy –amaliy anjuman tezislar to'plami. T.: 2012 y. 92 b.63
9. Aliyeva M.T. Mehmonxona menejmenti. Darslik. - T: TDIU. 2010. -275 b.

10. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. - Ростов н/Д: Феникс, 2008.– 637с.
11. Дурович А.П. Организация туризма. Учеб. пособ. –Мн. «Новое знание», 2006.
12. Komilova F.K., Eshtayev A.A. Mehmonxona va restoran xo‘jaligi marketingi: Darslik. - T.: TDIU. 2010. – 156 b.
13. Mamatqulov X. M. Mehmonxona va turistik komplekslarda xizmatlarni tashkil etish. O‘quv qo‘llanma. –S.: SamISI, 2012.
14. Сенин В.С, Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика. 2006. - 144 с
15. Tuxliyev N., Abdullayeva T. Osnovi bezopasnosti v turizme.–T.: Gos.nauch.izd-vo O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2008.
16. Tuxliyev I.S., Qudratov G‘.H., Pardayev M.Q. Turizmni rejalashtirish. Darslik. – T.: «Iqtisod-moliya» nashriyoti. 2010.
17. Tuxliyev I.S., Ibadullayev N.E. “Turizm operatorlik xizmatini tashkillashtirishning asoslari” O‘quv qo‘llanma. SamISI. Samarqand 2011. 256 b.
18. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Cafarov B.Sh., Tursunova G.R. Turizm asoslari. Darslik.–T.: 2014.
19. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 415с.
20. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: Учебное пособие/ -М.: КНОРУС, 2005.-320 с.

Internet saytlari

1. www.interunion.ru
2. www.world-tourism.org
3. www.tag-group.com
4. www.e-tours.ru
5. www.travel-library.com
6. <http://www.norma.uz/>