

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

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

“SERVIS” KAFEDRASI

TURIZM INFRATUZILMASI

(Ma'ruzalar matni)

T O S H K E N T - 2 0 1 2

“TASDIQLAYMAN”

“Xalkaro turizm” fakulteti ilmiy Kengashida

muxokama qilingan va ma’kullangan

Kengash raisi _____dost. A.A.Eshtaev

“ ____ ” _____ 2012 yil

“TAVSIYA ETILGAN”

“Servis” kafedrası

majlisida muxokama qilingan va tavsiya etilgan

Kafedra mudiri _____ dost.O.Xamidov

(majlisning____ - sonli bayonnomasi

“ ____ ” _____ 2012y)

Tuzuvchi: prof. Alimov K.A.

Ass. Xolov B.B.

Taqrizchilar: dost. Alieva M.T., i.f.n., dost.A.Norchaev

Mundarija

Kirish -----

1. Turizm infrastrukturasini rivojlanishining nazariy asoslari-----

- 1.1. Turizm infrastrukturasini tushunchasi-----
- 1.2. Turizm industriyasini tashkil qiluvchi vositalar-----
- 1.3. Iqtisodiyotda turizm infrastrukturasining shakllanish omillari va sabablari-----

1.4. O'zbekistonda turizm infrastrukturasining rivojlanishi-----

2. O'zbekistonda restoran menejmentini rivojlantirishning iqtisodiy ahamiyati-----

- 2.1. O'zbekistonda restoran menejmentini rivojlantirishning ahamiyati-----
- 2.2. O'zbekistonda ovqatlanish tarmoqlariga bo'lgan talabni o'rganish-----
- 2.3. Restoranlarga ko'yiladigan sanitariya talablari-----
- 2.4. Ovqatlantirishni tashkil etish-----

3. Turizmda mexmonxona xo'jaligini boshqarish asoslari-----

- 3.1. Mexmonxona xo'jaligini boshqarish asoslari-----
- 3.2. Turistik mexmonxona xo'jaliklarida boshqaruv stikllari-----
- 3.3. Turizmda mexmonxonalarni boshqarishning tashkiliy tizimlari-----
- 3.4. Mexmonxona xo'jaliklarida kadrlarni boshqarish unumdorligi-----
- 3.5. Mexmonxonalarni tavsiflovchi belgilar-----
- 3.6. Mexmonxonalarning funktsional vazifasi-----

4. Turizmni rivojlantirishda transportning ahamiyati-----

- 4.1. Turistlarga transport xizmati ko'rsatish asoslari-----
- 4.2. Turistlarga xizmat ko'rsatishda transport samaradorligini aniqlash-----
- 4.3. Turistlarga xizmatni ko'rsatishda avtobuslardan foydalanish samaradorligi-----
- 4.4. Turistlarga xizmatni ko'rsatishda suvurtaning ahamiyati-----
- 4.5. Turistik suvurta va uning turlari-----
- 4.6. Sayoxat davomida turistlarning xayotiga ta'sir etuvchi omillar-----

5. Turistik yo'nalishlarni shakllantirish-----

- 5.1. Turistik yo'nalishlarning asosiy tushuncha va tamoyillari-----
- 5.2. Turistik yo'nalishlarning turlari-----
- 5.3. Turistik yo'nalishlarni ishlab chikish va turlarni rejalashtirish-----
- 5.4. Turistik yo'nalishlarni mexmonxonalarda tashkil etish tartibi-----
- 5.5. O'zbekistonda turistik yo'nalishlar bo'yicha marketing tadqiqotlari o'tkazish va takomillashtirish-----
- 5.6. Ekologik turistik yo'nalishlarni shakllantirish-----

6. Turizm siyosati asoslari-----

- 6.1. Turizm siyosati tushunchasi-----
- 6.2. Turizm siyosatining muvaffaqiyatli shartlari-----
- 6.3. O'zbekiston turizmi iqtisodiyotida xukumat organlarining tutgan roli-----

6.4. O'zbekistonda turizm itisodiyotini rivojlantirishda "O'zbekturizm" MK ning o'rni-----

7. Turizm infratuzilmasida sarmoyaning xususiyatlari-----

7.1. Turizm infrastrukturasida sarmoya tushunchasi-----

7.2. Turizm sarmoya loyixalarining rivojlantirilishi-----

7.3. Turizm sarmoya loyixalarini moliyalashtirish-----

7.4. Asosiy turistik xujjatlar majmuasi-----

8. Turistik faoliyatni listenziyalash-----

8.1. O'zbekistonda turistik faoliyatni listenziyalash tartiblari-----

8.2. Xorijiy davlatlarda turistik faoliyatni listenziyalash-----

8.3. Turistik tovarlar haqida tushuncha-----

8.4. Turoperator va turagentliklarning faoliyati-----

Xulosa-----

Foydalanilgan adabiyotlar-----

Atamalar lufti-----

Kirish

Hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida dunyo mamlakatlarining ko'pchiligi turizm infrastrukturasi rivojlantirish orqali o'z milliy iqtisodiyotini taraqqiy ettirmoqda. XX asr insoniyat hayoti va faoliyati tarzu tarovatining hamma sohalariga ulkan o'zgarishlarni olib keldi. Bu o'zgarishlar fan va ilmiy tadqiqotlar, texnikani rivojlantirish, yangi materiallar, texnologiyalar yaratish va ishlab chiqarishni boshqarish sohalarida yorqin namoyon bo'ldi. Bozor iqtisodiyoti barcha imkoniyatga daxldor hodisa bo'lib, jahon stivilizastiyasining rivojlanish yo'lida muqarrar bosib o'tiladigan bosqichdir. Bozor iqtisodiyotining chinakkam oxirgi maqsadi avvalo, insonga munosib yashash sharoitlarini yaratish va respublikani madaniyat va taraqqiyot cho'qqilariga olib chiqishdir. Bozor munosabatlariga o'tish qaror topib kelayotgan yangi davlatchilik uchun jamiki resurslardan foydalanishni, xalq xo'jaligining farovon turmush kechirayotgan, iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlar qatoriga olib chiqishni ta'minlab beradigan qudratli iqtisodiy asos yaratib berishi kerak.

2009 yilda ustivor yo'nalish etib belgilangan vazifalardan biri bu – mamlakatimizda eksport salohiyatini har tomonlama ragbatlantirish, yurtimizda ishlab chikarilgan tovarlarning tashqi bozorlarga chikishi va integrastiyalashuvini ta'minlaydigan infratuzilmani rivojlantirish masalalarining dolzarb axamiyat kasb etishini ta'kidlagan edilar. Bu borada bajarilishi kerak bo'lgan vazifalarni bajarishda xizmat ko'rsatish soxalaridan biri bo'lgan turizm soxasini rivojlantirish va eksport saloxiyatini oshirish xam nazarda tutilgan. 2008 yil yakunlari bo'yicha respublika yalpi ichki maxsuloti 9 foizga, sanoat maxsuloti ishlab chikarish xajmi 12,7 foizga, kishlok xo'jaligi maxsuloti etishtirish xajmi 4,5 foizga qurilish ishlari xajmi 8,3 foizga, xizmatlar xajmi 21,3 foizga o'sganligi respublikamizda xizmat ko'rsatish tarmoqlaridan biri bo'lgan turizm soxasining rivojlanayotganligidan dalolat beradi. Shu sababli jaxon turizmi yutuklarini o'rganish, taxlil qilish va ijobiy tomonlarini respublikamiz turizmiga tadbik etish maksadga muvofikdir.

Xozirgi vaktda butun dunyoda, shuningdek O'zbekistonda xam iqtisodiyotning noishlabchikarish soxasi, xususan turizm soxasiga e'tibor tobora

kuchayib bormoqda. Insonlar bo'sh vaqtlarini samarali o'tkazib, dam olishga, sofligini tiklashga, dunyoni, xalqlarning urf - odatlari, kadriyatlarini bilishga intilmokdalar. Bunday xizmatlarni turizm soxasi ko'rsatadi. Insoniyat xar doim o'zining xarakat doirasini o'zgartirib, yangi erlarni kashf qilishiga intilgan. XX asrga kelib bunday intilishlar kuchaydi va turizm industriyasining rivojlanishiga turtki bo'ldi. Ayrim mamlakatlarda turizm soxasi juda xam barkaror rivojlanib bormoqda va ularning xar yillik o'sish sur'ati 8%-10% gacha boradi. Bular turizm soxasining qanchalik darajada mamlakatlar iktisodiyoti tizimida xal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligidan dalolat beradi. Shunisi qiziqki, turizm rivojlanishi natijasida transport, bozor infratuzilmasi, savdo - sotik, ozik - ovkat tarmoklari, kurilish, xunarmandchilik va boshqa xizmat ko'rsatish tarmoklari xam rivojlanib boradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2011-yilning asosiy yakunlari va 2012-yilda O'zbekistonni ijtimoiy-iktisodiy rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga barishlangan Vazirlar Maxkamasining majlisidagi ma'ruzalarida ¹ respublikadagi iktisodiyotning barcha tarmoklariga aloxida to'xtalib o'tdilar shu jumladan, mamlakatimizda "Xizmat ko'rsatish va servis" soxalarining YaIMdagi ulushi 50.5 foizga etganligini va ushbu ko'rsatkich Evropa davlatlarida 54-55 foizni tashkil qilayotganligini ushbu soxada xamon Evropadan orkada qolayotganligimizni ta'kidlab o'tdilar va ushbu soxani rivojlantirish uchun 2011-2015 yilgacha bo'lgan davrda mamlakatimizda Xizmat ko'rsatish va servis soxalarini rivojlantirish bo'yicha davlat dasturi ishlab chikildi².

Mamlakatimizning turizm infrastrukturasini takomillashtirishda xar qanday xorijiy mamlakatlardan qolishmaydigan imkoniyatlarga egaligi bu borada ko'plab muvaffaqiyatlarga erishishimizni ta'minlovchi asosiy manba xisoblanadi. Ana shularni xisobga olgan xolda, mamlakatimizda mustaqillikning dastlabki yillaridan to xozirga qadar zamon talablariga javob beradigan turizm infratuzilmasini tarkib

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг 2011-йилнинг асосий якунлари ва 2012-йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. 20.01.2012 йил

² Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаларини ривожлантириш бўйича давлат дастури

toptirish va rivojlantirish borasida amalga oshirib kelinayotgan islohotlar o'zining ijobiy natijalarini berib kelmokda. Mustakil o'lkamizning jaxon xamjamiyatida keng miqyosda e'tirof etilishi, dunyoning iktisodiy rivojlangan mamlakatlari bilan o'zaro do'stona munosabatlarning yanada barkarorlashib borishi, tashrif buyurayotgan turistlar oqimining yil sayin ortib borishi, yurtimizda mavjud yangidan-yangi turizm imkoniyatlarining kashf etilayotganligi va boshqa shu kabi o'zgarishlar fikrimizning yaqqol dalili bo'la oladi. Boshqa iktisodiy tarmoqlarda bo'lgani kabi, turizm soxasini rivojlantirishga aloxida e'tibor berilmokda. Bundan ko'zlangan asosiy maqsad mamlakatimizga tashrif buyuradigan turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini yanada takomillashtirish va bozor talablariga to'liq javob beradigan turizm sanoatiga ega mamlakat sifatida dunyo xamjamiyati e'tiborini jalb etishdir.

1. Bob. Turizm infrastrukturasini rivojlanishining nazariy asoslari

1.1. Turizm infrastrukturasini tushunchasi

1.2. Turizm industriyasini tashkil qiluvchi vositalar

1.3. Iqtisodiyotda turizm infrastrukturasining shakllanish omillari va sabablari

1.4. O'zbekistonda turizm infrastrukturasining rivojlanishi

1. Turizm infrastrukturasini tushunchasi

“Turizm infratuzilmasi”ga turizm tashkilotlari, turistlarga ko'rsatiladigan joylar, mehmonxonalar, ovqatlanish tarmoqlari, transportlar, yo'llar va turizm bo'yicha mutaxassislar kiradi. Hozirgi kunda respublikamizda turizm infratuzilmasini jaxon andozalariga javob beradigan qilib tartibga keltirish uchun ancha mablar ajratish kerak. Turizm infratuzilmasi iqtisodiy yoki siyosiy umumiy tuzilishni tarkibiy qismlarga bo'lib, yordamchi, bo'ysunuvchi xarakterga ega va umumiy tuzilmaning bir tekis ishlashini ta'minlashga xizmat qiladi. Etarli infratuzilma turlarining asosiy nuqtalarini quyidagicha guruxlashimiz mumkin: xududiy qo'l mehnati va kerakli vosita; tunash komplekslari (otel, motel, kemping); suvning, asosan ichiladigan suvning ta'minlanishi; kanalizatsiya, telekommunikatsiya; etarli miqdorda oziq-ovqat mahsulotlarining ta'minlanishi; soflikni saqlash tizimining bo'lishi; xavfsizlik jihatidan kerakli manbalarni ta'minlaydigan transportlar; portlar, ishonchli temir yo'l; tarixiy yodgorliklar va an'analarni ximoya qiladigan dasturlarning chikarilishi; atrof-muxitni ximoya qilish; madaniy ko'rsatuvlar tartibi va o'qish joylari, kutubxona, muzey, teatr, xususiy va davlatga tegishli madaniy markazlarni qurish; piyodalarni shovqinga, changga, tumanga qarshi tadbirlarni ishlab chikish, yashil joylar va chiroyli bo'rlarning barpo qilinishi; piyodalarga va velosipedchilarga mo'ljallangan yo'llarni, imoratlarni, skameykalarini va dam olish joylarini, axlat tashlash joylarini tartibga keltirish; turizmni kasb qilgan odamlarni o'qitish va o'z-o'zlarini rivojlantiruvchi imkoniyatlarning yaratilishi; tabiiy ofatlardan saqlanish tadbirlari, o't o'chirish xizmatlari. Turizm sohasining rivojlanishini turizm

infratuzilmasisiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Turizm infratuzilmasi XIX asr oxirlarida hozirgi mamlakatlar iqtisodiyotida endigina shakllanayotgan edi. Bu kunga kelib ushbu infratuzilma dunyoning uchinchi ko'p daromad keltirayotgan soxasiga aylanganligi xech kimga sir emas. Bu soxani o'rganish davr takozosi desak bo'ladi. Bugungi kunda turizm industriyasi dinamik ravishda rivojlanayotgan xizmatlar xalkaro savdosi turi bo'lib kelmokda. Oxirgi 10- 20 yil davomida dunyo bo'yicha xorijiy turistlar sonining o'rtacha yillik o'sish sur'ati 5,1%, valyuta tushumlarining o'rtacha yillik o'sish sur'ati 7 % ni tashkil etdi. Umumjaxon turistik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra **2011 yil dunyoda 945 mln.** turist kayd etilgan, xalkaro turizmdan tushgan daromadlar 575 mlrd. AQSh dollarini tashkil etdi (xalkaro transport xizmatlarini xisobga olmagan xolda). Umuman 1950 yildan 2005 yilga qadar xalkaro turizmdan tushgan yillik valyuta xajmi 145 marta o'sgani kayd etildi.

Mutaxassislar xulosasiga ko'ra, turizmning rivojlanishi bundan keyin xam davom etadi. Xar xil xisoblarga tayangan xolda 2011 yilda turizm soxasi yirik eksport soxasiga aylanishi kutilmokda. Agar turizm hozirgi o'sish sur'atida davom etsa, 2015 yilda 937 mln. kishini tashkil qiladi. Olimlarning xisob kitoblariga ko'ra xalkaro turizm rivojlanishi asosida quyidagi omillar yotadi³:

- iqtisodiy o'sish va ijtimoiy jarayon;
- transport vositalarining rivojlanishi;
- rivojlangan davlatlarda ishchi va xizmatchilar sonining ko'payishi va ularning moddiy va madaniy saviyasining oshishi;
- mexnat intensivlashtirish va mexnatlashlar ta'tilining uzayishi;
- davlatlararo munosabatlar va madaniy aloqalar rivojlanishi shaxslararo aloqalarning mintaka va mintakalararo miqyosida kengayishi;
- xizmatlar soxasining rivojlanishi;
- texnologiya rivojlanishi (aloqa va x.k.);

³ Боголюбов В.С и др. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: «Академия», 2005 г. 92 с

- chegara to'siklari, valyuta almashuvi va chetga chikarish to'siklarining kamayishi, korozbozlikning kiskarishi.

Dunyo bo'yicha turizmning ahamiyati doimiy ravishda o'sib kelmokda. Bu turizmning iktisodiyotga bo'lgan bevosita ta'siri natijasidir. Turizm infrastrukturasini ayrim davlatlar iktisodiyotida muhim vazifalarni bajarib kelmokda:

1. Valyuta manbai, bandlikni ta'minlash vositasi va to'lov balansi muammosini echishda xizmat kilmokda;
2. Yalpi ichki maxsulot (YaIM) ko'rsatkichi ko'tarilmokda;
3. Iktisodiyot diversifikastiyasi xamda turizmga xizmat ko'rsatuvchi yangi soxalar paydo bo'lishiga ta'sir ko'rsatmokda.
4. Turizm soxasida bandlik o'sishi bilan, axoli daromadlari va millatning boyligi ortmokda.

Bugungi kunga kelib turizm MDX davlatlarida rivojlanayotgan soxaga aylandi. Turistik faoliyatning xamma soxalar, davlat tarmoqlari saviyasi, turbiznes paydo bo'lishi, yangicha ishlash taklifining kengayishi va maxsuslashuvni chukurlashtirish bo'yicha izlanishlar davom etmokda.

Foyda maksadini ko'zlagan turizm tashkilotlari, marketing xizmatlari, mexmonxona, transport xizmatlari, oziq-ovkat xizmatlari, chakana savdo do'konlari va boshqa turli vositalar kabi bir-biridan farqli xizmatlar turizm infratuzilmasining bir bo'lagi xisoblansa, foydasining qanchasini turistlardan, qanchasini xamkorlik asosida olinganligiga bo'likdir. Turizm infratuzilmasi, iktisodiyotning agrosanoat kabi boshqa industriyalariga foyda keltiruvchi bir tarmokdir. Ushbu xususiyati bilan turizm infrastrukturasini sarmoya va foyda keltiradigan tarmok xisoblanadi. Turizm infrastrukturasining boshqa soxalar bilan xizmat qilish aloqasi mavjud, ya'ni:

- turizm infratuzilmasi - rivojlanayotgan davlatlar iktisodiyotiga juda katta foyda keltiruvchi soxa bo'lmokda;

- turizm infratuzilmasi ish imkoniyatlari etarli rivojlanmagan davlatlar uchun ish joylarini yaratish, ishsizlikning o'sib borishiga katta to'sik bo'layotgan sektorga aylanmokda;

- turizm infratuzilmasi davlatlar va mintaqalar o'rtasida, ekologik va madaniy mulokat orasida vositachilik qilgan xizmat mexmondo'stlik industriyasidir;

- turizm infratuzilmasi o'zining yaratuvchi manbalarini buza oladigan industriya xarakterini o'zida aks ettira oladi.

Bundan asosiy maqsad turizmning tabiiy ijtimoiy zaxiralarini vayron qilish emas, balki bu manbalarning samarali siyosatini rivojlantirishdan iboratdir.

1.2.Turizm infrastrukturasini tashkil qiluvchi omillar

Iqtisodiyotda turizm soxasi alohida industriya hisoblanadi. Turizm infrastrukturasida jismoniy mehnat orkali maxsulot ishlab chikarilmaydi, unda faqat xizmat ko'rsatiladi. Turizm infrastrukturasini 4 ta asosiy vositalardan tashkil topadi⁴. Bular:

1. Transport;
2. Mexmonxona;
3. Animastiya faoliyatlari (xordik chikaruvchi va dam oldiruvchi);
4. Turistik tashkilotlar.

Transportning turizmdagi ahamiyati. Joy va makon o'zgartirish, turizmning asosiy xususiyatlaridan biridir. Chunki, sayoxat bo'lmasa turizm haqida so'z yuritish mumkin emas. Shu sababli, transport joy o'zgartirish xarakatining ro'yobga chikishiga imkon yaratib, turizm industriyasining paydo bo'lishi va rivojlanishida asosiy omil hisoblanadi.

XVIII asrdagi industriya inqilobidan keyin transport vositalaridagi jadal rivojlanish zamonaviy turizmning tuzilishiga, uzoq masofada joylashgan turistik markazlarning ochilishiga imkon yaratdi. Turizm soxasida transportning ahamiyati quyidagicha guruhlaniriladi:

1. Transport, biror davlatda joylashgan turistik markazlarning qulay ziyorat kilinishiga imkoniyat yaratadi, chunki mazkur mintaka turistik resurslarga ega bo'lsa ham ularni osonlikcha ziyorat qilish imkonini beradigan vosita bo'lmasa,

⁴ Боголюбов В.С и др. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: «Академия», 2005 г. 112 с

ularni tomosha qilish, ko'rish va ulardan foydalanish mumkin bo'lmaydi. Shu sababli, turizm infrastrukturasini rivojlanishi birinchi navbatda transport vositalarining rivojlanishiga bog'liq. Boshqa tomondan, turizm rivojlanishi transport vositalariga ham ta'sir ko'rsatadi. Chunki, turizm infrastrukturasini rivojlangan sari mavjud ehtiyojlarni qondirish uchun transport vositalari ham rivojlanadi. Shu sababli turizm va transport orasida uzviy aloqa mavjuddir.

2. Transport vositasi tashqi turizmdan mamlakat xazinasiga valyuta olib keluvchi manba hisoblanadi.

3. Transport vositalari rivojlanishi natijasida tezkor jamoat transportiga imkon beradigan vositalarning ko'llanilishi, vaqti va moliyaviy axvoli o'rtacha bo'lgan insonlarning ham turizm xarakatlariga qatnashishini yaratadi. Shunday qilib, transport vositalari rivojlangan sayin turistik xarakatlar miqdori va sifat jihatdan yaxshilanadi, natijada o'rta tabaqada yashovchi xalq uchun ham sayohat qilish imkoniyati yaratiladi. Transport turlari 4 ta guruhda jamlanadi: temir yo'l, suv yo'li, xavo yo'li va avtomobil transportlari.

Mexmonxona xo'jaligining turizmdagi ahamiyati. Turizm infratuzilmasini tashkil qiluvchi vositalardan yana biri mexmonxona xo'jaligidir. Mexmonxona xo'jaligi turistlarning vaqtinchalik tinish, ovqatlanish, tomosha qilish va xordiq chiqarish kabi ijtimoiy ehtiyojlarni qondiruvchi muassasadir. Bu muassasadan foydalangan turistlarning sayohat qilish sabablari, maqsadi, sayohat shakllari va zavqlari juda farqli bo'lganligi uchun mexmonxona sektorini xosil qiluvchi muassasalar ham bir-biridan farqlidir.

Mexmonxona xo'jaliklari ham o'z tuzilishlariga qarab turli xil bo'ladi: lyuks mexmonxonalar, o'rta narxli mexmonxonalar va arzon narxdagi mexmonxonalar: shahar mexmonxonalari, tof mexmonxonalari, sanatoriya mexmonxonalari, soxil mexmonxonalari: yil bo'yi faoliyat ko'rsatuvchi va ma'lum oylarda faoliyat ko'rsatuvchi mexmonxonalar; tijoriy va ijtimoiy maqsadda ishlatiluvchi mexmonxonalar.

Mexmonxona xo'jaligi va ushbu xo'jalikni tashkil qiluvchi muassasalarning quyidagi xususiyatlari mavjud:

- mexmonxona xo'jaligida, sarmoyaning 80% dan ortiq bino, gilam, mebel va shunga o'xshash vositalar kabi davomli qo'llanishga tasis qilingan vositalarga sarflanadi.

- mexmonxona xo'jaliklarida ishlovchi personallar dini, tili, daromadlari, dunyokarashi, urf-odatlari va millatlari farqli bo'lgan mijozlarga xizmat qilish majburiyati bo'lganligi uchun xodimlarning kengroq tushuncha va dunyokarashga ega bo'lishi kerak.

- mexmonxona xo'jaliklarida turistlarga ko'rsatiladigan xizmatlar turli xil bo'limlarda ko'rsatiladi.

Animastiya faoliyatlarining ko'rsatilishi uchun biror davlatga turistlarning kelishi uchun faqat sayoxat, tunash va ovqatlanish imkoniyatlarining yaratilishi etarli emas. Turist ma'lum maqsadlar uchun, turistik manbalardan foydalanish va ba'zi faoliyatlarni o'z ko'zi bilan ko'rish uchun sayoxat qiladi. Shu sababli, turistning bu xoxishlarini ro'yobga chikarishga imkon beradigan imkoniyatlarni tayyorlash kerak. Bu imkoniyat, turistik maxsulotga ba'zi tuzatishlarni kiritish va tomosha qilinuvchi muxitning tayyorlanishi bilan yaratiladi. Tomosha va jonlantiruvchi muxit bir tomondan xush vaqt o'tkazishga, boshqa tomondan korxonaga qo'shimcha daromad yaratishga imkon beradi, turistik joyda va korxonada bir zavqlilik yaratadi. Animastiyaning bir qancha shakli quyida keltirilgan;

- ijtimoiy omillar. Bular tartibli yoki shaxsiy turistik dasturlarning tuzatilish sur'ati bilan turistlar o'rtasida fikr almashuvini qulaylashtiruvchi faoliyatlardir (xush kelibsiz banketi, raqslar, kokteyl banketi, rasmiy bayramlar va x.k.);

- xarakat xususiyatini tashkil etuvchi omillar. Bular turistlarga jismoniy faoliyatlar, sport va shunga o'xshash o'yinlarni ko'rsatuvchi omillar;

- madaniy va maroqli dam olishni tashkil etuvchi omillar. Bular, turistlarning bilim olish, dam olish va shunga o'xshash turli ehtiyojlarini qondirgan, turistning ba'zi faoliyatlarda ishtirok qilishini tashkil etgan omillar.

Turizm markazi yoki biror turistik muassasalar mijozlarning ehtiyojlariga uyfun shaklda yuqorida keltirilgan animastiya faoliyatlaridan xosil bo'lgani kabi

turli dasturlarni turistlarga takdim qila olishi va bu faoliyatlarni ta'sirchan bir shaklda turistlarga etkazishlari kerak. Shunday qilib, bu faoliyat turizm industriyasining asosiy omili bo'lgan tashkilot tuzilmasini xosil qiladi.

Turistik tashkilotlar. Turistik tashkilotlar turistlarga sayoxat qilish, tomosha qilish va shunga o'xshash faoliyatlar xakida ma'lumot beruvchi, tavsiya beruvchi va turli xil mavzular bo'yicha yordam ko'rsatuvchi muassasadir. Turistik tashkilotlar 4 ta guruxda to'planadi⁵:

1. Turizmning moliyaviy tashkilotlari.
2. Sayoxat agentliklari.
3. Turoperatorlar.
4. Turizmدا davlat tashkilotlari.

1. Turizmدا moliyaviy tashkilotlar turistik korxonalarga zarur bo'lgan sarmoyani ta'minlab beruvchi tashkilotdir. Bunga misol qilib turistik banklarni olish mumkin.

2. Sayoxat agentliklari xaridor bilan turistik maxsulot va xizmatlarning egalari o'rtasida vositachi rolini o'ynagan, sotilgan maxsulotdan ma'lum bir foizni oluvchi tijoriy tashkilotdir. Sayoxat agentliklari turizm talabi va taklifi o'rtasidagi tijoriy xayotda tijoratchi rolini o'ynaydilar. Tijoriy xayotning rivojlanishi, tijorat vositalarining ahamiyatini oshirganidek, turizm soxasida xam 1950 yildan beri kuzatilayotgan katta bir rivojlanish sayoxat agentliklarining xam ahamiyatini oshirmoqdi. Bu erda ba'zi statistik ma'lumotlarning berilishi bu jixatni izoxlaydi.

Tashqi turistlarning 50% i chipta olish, ovkat kuponlarini to'firlash, xonani bron qildirish uchun sayoxat agentliklariga murojaat qilmoqdalar. Xalkaro turizmдаги ish xajmining 75% i sayoxat agentliklari tomonidan ro'yobga chikarilmoqda. Sayoxat agentliklarining turizmдаги ahamiyati quyidagi sabablar tufayli xosil bo'lmoqda;

- til muammolari. Ziyorat qilinadigan davlatning tilini bilmaslik turistlarni sayoxat agentliklariga murojaat qilishga majbur qiladi;

⁵ Боголюбов В.С и др. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: «Академия», 2005 г. 153 с

- moliyaviy axvoli va vaqtlari chegarali bo'lgan turistlar ijobiy bir narx orqali sayoxat dasturini ro'yobga chikargan agentliklar bilan alokada bo'lishlari;

- davomli ishlash, insonlarning tomosha va sayoxat dasturlarini tayyorlashga imkon bermaydi.

Sayoxat agentliklarining vazifalari quyidagilar: Ma'lumot berish ishi (informatsiya); valyuta, pasport, viza va mashinani ijaraga olish vazifalari; kelgan turistlarga kirish eshiklarida va bojxona nazoratida yordamchi bo'lish; guruxli va shaxsiy sayoxatlarni tashkillashtirish; turoperatorlar tomonidan tashkillashtirilgan pekij - turlarni sotish.

Sayoxat agentliklari 2 xildagi vazifani bajaradi.

- Mamlakat ichiga yo'naltirilgan ishlar. Tashkaridan kelgan gurux va kishilarning sayoxatlarini tashkil qilish: mexmonxona, oshxona, vositachi va raqbar topish, kilinadigan chikimlarni oldindan xisoblash bu servisning vazifalaridir;

- Tashkariga yo'naltirilgan ishlar. Mamlakat ichida va tashkarisida sayoxat kiladigan shaxs va guruxlarni sayoxat kiladigan erlarga oid transport vositalarining biletleri, mexmonxonalarining kuponlari bilan ta'minlash, ziyoratlarini tashkillashtirish bu servisning vazifalaridir.

3. Turoperatorlar sayoxat agentligining xukukiy makomiga ega bo'lib qurilgan tashkilotdir. Sayoxatga chikishdan boshlab orqaga qaytgunga qadar sayoxat, tunash, ovqatlanish, xordiq chikarish, raqbarlik xizmatlari, yolfiz va arzon bir narx orqali «pekij - tur» tayyorlagan va bu turlarni to'fridan-to'fri yoki sayoxat agentliklari vositachiligi yordamida sotuvchi tashkilotdir. Turoperatorlarning jamoat turizmi rivojlanishida, turizmning bir mojar bo'lishdan kutqarilishida, tasodiflarning chorasida, sayoxat muddati bo'yicha pul masalasining bo'lishida katta rol o'ynaydi.

Turoperator yaratgan imkoniyatlar va bu tizimni majbur qilgan sabablar quyidagicha berilgan⁶:

- turistik xarakatlarning borgan sari ommaviy xususiyat qozonishi;

⁶ Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 48 с.

- “pekij – tur” xususiyati bilan tanishish;
- turistik maxsulot xamda xizmatlarni kisman va ma'lum darajada standartlashtirish;
- o'rta sinf vakillarining turizmga katnashish koidalariga javob beradigan tannarx tasarrufi;
- turistik maxsulotning oldindan sotib olib, ishlab chikaruvchilarga kisman davomli va kafolatli xaridor topish;
- maxsulot paketini va paketda o'rin olgan ba'zi ko'shimcha maxsulot va xizmatlarning sotish davriga kirishining yaratilishi;
- turistik maxsulot va xizmatlarni ishlab chikaruvchilarga xalkaro turizmning yangi extiyoj va takliflari xakida ma'lumot transferlari yaratilib, ishlab chikarish siyosatlarining yo'naltirilishi;
- axborot tizimlarining rivojlanishi;
- xorijiy til, ma'lumot va soflik kabi ba'zi andishalar bilan turizmga katnashishda tortuvchanlik ko'rsatilganlarning turizm xarakatlariga katnasha olishi;
- turizm xizmatlarini sotib olishga yo'nalgan kishilarning muqobil yo'llari ko'pligidan turizmga katnashishda qaror olish uchun jalb kilinishlari;
- iste'molchilarning transport, tunash, tomosha kilish joylarining narxlari xakidagi ma'lumotlarning chegaraliligi.

4. Turizmda davlat tashkilotlari. Turizmda davlat tashkilotlari, davlat yoki boshqa xukumat idoralari tomonidan qurilgan va boshqaruvchi ya'ni xukumat idoralariga bo'ysunuvchi tashkilotlardir.

1.3. Iqtisodiyotda turizm infrastrukturasining shakllanish omillari va sabablari

Bozor iqtisodiyotining shakllanish jarayoni ijtimoiy-iqtisodiy xodisalarda ma'lum bir darajada o'zgarishlar sodir bo'lishini taqoza etib, sifat ko'rsatkichlarida o'z aksini topadi. Mamlakatda sodir bo'layotgan o'zgarishlar eng avvalo iqtisodiy isloxoatlarni izchillik bilan amalga oshirilishi natijasida ko'zga tashlanib bormoqda. Ayniksa, iqtisodiyotning muxim tarmo'i xisoblangan noishlabchikarish soxalari

Respublika iqtisodiyotining rivojlanishida, axolini ish bilan ta'minlashda, ularni moddiy farovonligini oshirishda muxim ahamiyat kasb etmoqda. Aynan shuning uchun xam noishlab chikarish soxalari faoliyatini zamon talablari asosida tashkil etish maksadida moddiy, mexnat va moliyaviy resurslar ajratilib, uning rivojlanishi uchun zarur chora-tadbirlar belgilamoqda.

Agar rivojlangan mamlakatlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi samaradorligiga e'tiborni karatadigan bo'lsak, keyingi yillarda noishlabchikarish soxalarini ijtimoiy mexnat taksimotida yirik tarmoqqa aylanib borayotganligining guvoxi bo'lamiz. 90- yillarning ikkinchi yarmida bu mamlakatlarda ishga yaroqli umumiy axolining o'rtacha 71% dan ortiq noishlabchikarish soxalarida faol ishtirok etmoqda va shu orqali mamlakat iqtisodiyoti va axoli turmush farovonligiga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatmoqda.

Insonning kobiliyatini saklash va rivojlanishi uchun karatilgan ijtimoiy strategiyaning muxim pallalaridan biri bo'lgan turizmning infrastrukturasining sezilarli darajada faoliyat ko'rsatishi uchun etarli shart-sharoitlar va imkoniyatlar mavjud. Xizmat ko'rsatishning asosiy elementlari va omillarini uchburchak shaklida ifodalashimiz va quyidagi nuqtalarda tasvirlanganidek turizm tarmoqi ichki-maishiy xizmat ko'rsatishi mumkin.



Xozirgi kunda fan-texnika tarakkiiyoti insonlarning jismoniy charchashini kamaytirib, asab tarangligini kuchaytiriyapti. Bu esa o'z navbatida insonlarni ko'ngilli xordiq chikarishini va dam olishlarini yaxshi tashkil etishni taqozo etadi. Shuni xisobga olib, turizm bo'yicha Gaaga deklarastiyasida «dam olish, bo'sh vaqt

va muntazam berib boriladigan, to'lanadigan ta'til, shuningdek, bu vaqtni dam olish uchun sarflash, ta'lim olish va o'yin-kulgi bilan o'tkazish maqsadida erkin yurish, ichki va xalqaro turizmdan oladigan ne'matlardan foydalanish» (52) xukukini belgilab ko'yishi, eng zarur bo'lgan talablardan biridir. Chunki turizm rang-barang taassurotlardan xosil bo'lgan fikrni yanada boyitib, insonlarning ruxiy xolatiga ijobiy ta'sir etadi va keyingi mehnat faoliyatlarida faol ishtirok etish uchun zamin yaratadi. Insonlarni shaxs sifatida kamol topishida turizm infrastrukturasi xam roli va ahamiyati muqarrardir. Ularni intellektual madaniyatini atrof-muxit, safardan olgan taassurotlari asosida oshirishga va shu orqali kishini ijtimoiy madaniyatini xam qanday darajada bo'lishligini ko'rsatib bermokda. Rivojlangan mamlakatlar oilalarining oila byudjetini salmokli xissasi turizm soxasi uchun sarflanayotgani buning yorqin dalili bo'ladi.

Yukoridagi fikrlardan va mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida turizmni tutgan o'rnini xisobga olib, u davlatning ijtimoiy hayotida muxim rol o'ynashi, insonlarni bo'sh vaqtlarini samarali o'tkazishi, olamni bilishi, davlatlar bilan davlatlar o'rtasidagi iqtisodiy, siyosiy, ma'naviy aloqalarni kuchaytirishi, jaxon xo'jaligida eng foydali tarmoqlardan biriga aylanishi mumkin degan xulosani qilishimiz mumkin. Haqiqatdan xam turizm, jumladan xalqaro turizm orqali mamlakat ravnaqida juda katta ishlarni amalga oshirish mumkin.

Dunyo miqyosida turistik aloqalarning paydo bo'lishi va shakllanish omillari xar xil bo'lib, ularning asosiylari quyidagilardan iborat. Turizm soxasi uchun birinchi omil bu kadrlarning bilim va tajriba potentsiali xisoblanadi (ishchi mutaxassis bo'lishi mumkin, lekin maxsus bilim va tajriba bo'lmasa turizmda ish ketmaydi). Turmaxsulotning soni va sifati, turistik rekreasion resurslariga, klimatik ob-xavo sharoitlariga, tarixiy va arxeologik xamda arxitektura joylarining sifat ko'rsatkichlariga, milliy o'yinlarning, bayramlarning va milliy tovarlarning soni va sifatiga, milliy taomlarning dunyo andozalariga javob berishiga, transport sifatiga va soniga qarab yo'nalishlar shakllanadi.

Turistik aloqalarni shakllantirishning asosiy omillarining umumlashtirilgan shakli bo'lib quyidagi guruxlar xisoblanadi: turistlarni qabul qiluvchi transportlar,

mexmonxona va restorandagi joylar, kadrlarning soni va sifat-standartlari, ko'rsatiladigan turmaxsulotlar soni va sifati, turmaxsulotlarni reklama qilish soni va sifati. Turizm xalqaro hamkorliklarni rivojlantirishning ijtimoiy va iqtisodiy o'sishiga quyidagi omillar ta'sir qiladi:

Siyosiy omillar - davlatlar o'rtasidagi munosabatlar, shartnomalar, maxsulot va turist almashish va davlatdagi barqarorlik;

Iqtisodiy omillar - turistik tashkilotlar, infratuzilmaning sifati, iqtisodiy engilliklar, moliyaviy investitsiyalar, bank ssudalari;

Tabiiy omillar - tarixiy va arxeologik inshootlar, daryo, dengiz va ko'llar, er osti davolovchi suvlar, to'lardagi chiroyli manzaralar;

Ilmiy-texnik omillar - zamonaviy xizmat ko'rsatish yo'llari va usullari, yangicha texnika va texnologiyalar, ilmiy tajribalar, yangi turistik menejment, marketing bilimlari, turistlarga maxsus ko'llanmalarining mavjudligi va x.k.

1.4. O'zbekistonda turizm infrastrukturasi rivojlanishi

Turizm infrastrukturasi deganda turizm tarmorida bo'ladigan munosabatlar va xodisalarning to'plami va yaxlitligi tushuniladi. Turizm bu tashqi muhit bilan o'zaro ta'sir qiluvchi turizm tashkilotlari va xududlarini o'z ichiga oluvchi munosabatlar tizimidir. Avvalam bor turizm infrastrukturasi sub'ektlar va ob'ektlarni ajratib olamiz. *Turizm sub'ekti* deganda o'ziga xos turizm xizmatlari orqali talabni kondirishni izlayotgan turizm anjumanining ishtirokchisi tushuniladi. *Turizm ob'ekti* deganda turizmning safar maqsadiga aylanishi mumkin bo'lgan barcha vositalar tushuniladi.

Iqtisodiy, ekologik, texnologik, siyosiy va ijtimoiy tizimlar turizm uchun tashqi muhit bo'ladi. Turizmning ahamiyatli tomoni va o'ziga xosligi uning tashqi muhitiga bo'liqligidir. Turizm bu zamonaviy menejment usullari va tamoyillaridan foydalanib boshqarilishi mumkin va kerak bo'lgan ochik tizimdir.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotining shakllanish davri jaxon bozorlarida turizm soxasida keskin o'zgarishlar bo'lib o'tgan davriga to'furi keldi. Jaxonda turizm iqtisodiyoti ahamiyatli tarmoklaridan biriga aylandi. Turizm industriyasi

millionlab ishchi va xizmatchilarni ish joylari bilan ta'minlab ularning kasb maxoratining o'sishiga imkoniyatlar yaratib bermokda. Shuni aytib o'tish kerak-ki, bu soxada ish bilan ta'minlash boshqa soxalarga qaraganda ikki barobar tez o'smokda.

Turizm industriyasida menejmentning rivojlanishiga iktisodiy, ijtimoiy, texnik va texnologik omillar ta'sir qiladi. Masalan, iktisodiyot beradigan daromadlarsiz turizmning ommaviyligiga erishib bo'lmaydi, demak boshqarilish vositasi xam mavjud bo'lmaydi.

O'zbekiston Respublikasi Konstitustiyasida fuqarolarning dam olish xukuklari belgilab ko'yilgan, lekin bu xukukdan foydalanish uchun qator ijtimoiy yo'nalishdagi muammolarni xal qilish kerak: transport, yo'l, ovkatlanish va boshqalar shular jumlasidandir. Bu erda gap boshqarilishi kerak bo'lgan turizm infrastrukturasini nazarda tutilmokda.

O'zbekistonda turizm tashkilotlari oldida 2 ta o'zaro bo'flik masala turadi:

- Bozor munosabatlarini butunlay amaliyotga kiritish, ya'ni turizm menedjmentiga bozor iktisodiyoti mazmunini singdirish;

- Turizm soxasidagi «nou-xau» yangiliklarni yangi asr sharoitiga moslashtirish, ya'ni dunyodagi shu yo'nalishda bo'lgan o'zgarishlarni maksimal ravishda xisobga olish.

Bugungi kunda milliy iktisodiyotning o'sishi dunyo bozoriga bo'flik bo'lmokda. Turizm, davlatlarni o'zaro yaqinlashtiribgina qolmay, balki xalkaro munosabatlarni rivojlantirishda muxim omil bo'lmokda. Shuning uchun, xalkaro turizmni to'firi tashkil etish va boshqarish zaruriyati sezilmokda. Demak, turizm bu munosabatlar, aloqalar va voqea-xodisalar bilan birgalikda odamlarning yo'l safari va ularning doimiy yoki uzok muddatga mo'ljallanmagan joylashuvi va ularning doimiy yoki uzok muddatga mo'ljallanmagan joylashuvi va ularning mexnat faoliyatiga bo'flik bo'lmagan majmuadan iborat. Shunday kilib, turizm infrastrukturasini iktisodning boshqarilishi kerak bo'lgan va o'z ichiga turizm tashkilotchilari va vositachilarining faoliyatini qamrab oluvchi tarmokdir.

X u l o s a

Xozirgi vaqtda turizm infrastrukturasi o'rganish uni tashkil etish va boshqarish muhim masalalardan biri hisoblanadi. Chunki turizm infrastrukturasini bir qancha tarmoqlar bilan o'zaro aloqada bo'ladi. Ushbu infrastrukturaning asosiy omillarini tashkil qiluvchi vositalar insonlarning sayohat qilish ehtiyojlarini to'la to'kis qondiradi. Turizm infrastrukturasi davlatning iqtisodiy salohiyatiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatib, mamlakatga valyuta kiritimini ta'minlaydi.

Nazorat savollari

1. Turizm infrastrukturasini nima?
2. Turizm infrastrukturasini qachondan shakllana boshladi?
3. Turizm infrastrukturasi boshqa soxalarga ta'siri qanday?
4. Animastion faoliyat nima?
5. Sayohat agentliklarining turizmdagi roli nimalardan iborat?
6. Sayohat agentliklarining vazifalariga nimalar kiradi?
7. Pekij - tur nima?
8. Turoperatorlarning vazifalariga nima kiradi?
9. Turagentliklarning vazifalariga nima kiradi?
10. Turoperator va turagentlik o'rtasidagi farq nima?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining "Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish" to'g'risidagi 346 sonli qarori. - Xalq so'zi 9-avgust 1998 y
2. Birjakov M.B, Vvedenie v Turizm: Uchebnik. - M.: «Izdatelskiy dom Gerda», 2006. – 512 s.
3. Ilina E.N. Turopereyting: organizatsiya deyatelnosti: Uchebnik. - M.: Finansy i statistika, 2005. - 480 s.
4. Ostenka stoimosti transportnyx sredstv: Uchebnik. metod. Posobie / Pod red. Ulistkogo M.P. – M.: Finansy i statistika, 2005. 304 s.
5. Bogolyubov V.S i dr. Ekonomika turizma: Uchebnoe posobie. - M.:

«Akademiya», 2005 g. 192 s

6. Internet saytlari.

www.interunion.ru – turistskie assostiastii

www.e-tours.ru – delovye tury, vystavki, konferenstii

2. Bob. O'zbekistonda restoran menejmentini rivojlantirishning iqtisodiy ahamiyati

2.1.O'zbekistonda restoran menejmentini rivojlantirishning ahamiyati

2.2.O'zbekistonda ovqatlanish tarmoqlariga bo'lgan talabni o'rganish

2.3. Restoranlarga qo'yiladigan sanitariya talablari

2.4. Ovqatlantirishni tashkil etish

2.1.O'zbekistonda restoran menejmentini rivojlantirishning ahamiyati

Restoran menejmentini rivojlantirishning O'zbekiston iqtisodiyoti uchun zarurligi, uning imkoniyatlaridan kelib chiqqan xolda axolining moddiy farovonligini yaxshilash, ularni ish bilan ta'minlash imkoniyatlari yanada yuqori

bo'lishiga erishish mumkin. Bu maqsadga etish uchun xali amalga oshiriladigan ishlar ko'лами juda keng. Shuni qayd qilish lozimki, restoran menejmenti muammolari eng kam o'rganilgan yo'nalish bo'lgan, bu soxaning qay turlariga e'tibor berish, sayoxat qiluvchilar uchun ularning xoxish - irodasini bilish, eng foydali va qulay safarlarga chorlash, xavfsizlikni ta'minlash, ovkatlantirish faoliyatini o'rganish, ayniksa milliy taomlar reklamasini amalga oshirish va axborotlar ma'lumotlariga ega bo'lish juda muximdir.

O'zbekistonda sayyoxlikning rivojlanishi, unga bo'lgan munosabatni yildan - yilga ortib borishi bilan belgilanadi. Ayniksa, o'rta va kichik tadbirkorlarni shakllantirishda sayyoxlikning imkoniyatlari juda kattadir. Chunki, O'zbekiston sharoitida hozirgi iqtisodiy barkarorlikning mavjud bo'lishi bu soxani xam jadal sur'atlar bilan rivojlantirish imkoniyatini tufdirmoqda. Tarixdan ma'lumki, xar bir davlat tarakkiiyotida eng asosiy omil, ijtimoiy adolat, insonparvarlik va osoyishtalikdir. Mana shunday vaziyat O'zbekiston xududida mavjud bo'lib, u O'rta Osiyo mintaqasida eng sulxparvar, osoyishta, tadbirkor va sayyoxlarni o'ziga chorlovchi makon xisoblanadi. Shularni xisobga olib, O'zbekistonda restoran xo'jaligini takomillashtirishni o'rganish, undan jaxon bozorlari uchun yo'l topish juda muximdir. Sayoxatchilarga xizmat ko'rsatishning Farbning zamonaviy andozalarini xam, Sharkning mexmondo'stlik an'alarini xam birlashtiradigan turizmning milliy modelini shakllantirish uchun yanada keng imkoniyatlar ochiladi. O'zbekiston Respublikasi xam boshqa xamdo'stlik mamlakatlari qatori xalkaro turizmni rivojlantirish chora - tadbirlarini ko'rib o'zining milliy modeliga asoslangan turizmni shakllantirish uchun xarakat qilmoqda. Bu model ichki imkoniyatlarga, o'zbek xalki mentalitetiga va jaxon andozalariga mos keladigan talablarni xisobga olgan xolda amalga oshirilishi lozimligi ta'kidlanmoqda. Agar O'zbekistonni turizm soxasidagi saloxiyatini ko'radigan bo'lsak, u Markaziy Osiyo mamlakatlari ichida eng katta imkoniyatlarga ega ekanligini ko'ramiz. Bu xaqda, masalan, respublika xududida mavjud bo'lgan 4 mingdan ortik me'morchilik, monumental san'at, qadimiy yodgorliklar dalolat berib turibdi.

O'zbekistonda xalqaro turizm imkoniyatlarini o'rgangan Turistik tashkilotlarning ekspertlari ma'lumotiga ko'ra 2010 yilga kelib, respublikaga xorijdan 1,2 mln. dan ortiq, sayyoxatchi kelishi mo'ljallangan, ulardan keladigan daromad esa 1 mlrd. Amerika dollaridan ortib ketadi. Xalqaro turizmning bunday rivojlanishi, uni eng daromadli valyuta tushumlari keladigan tarmokka aylantiradi, xatto paxta - tolasi yoki oltinni sotishga qaraganda xam daromadliroq xisoblanishi mumkin. Kelajakda turizmni eng katta foyda keltiruvchi tarmok deb, qarashga jaxon tajribasi aniq misol bo'la oladi. Masalan, oxirgi 30 yil davomida Avstriyada turizmdan keladigan daromad 2,1 mlrd. shillingdan 110,1 mlrd. shillingga etdi, yoki 55 marta ko'paydi. O'zbekistonning yaqin kelajakdagi salohiyatini o'rganish natijasida, ilmiy izlanish natijalari shundan dalolat bermokdiki, xalqaro turizmdan keladigan daromad 2010 yilga kelib, 1-1,5 mlrd. dollarni tashkil etishi mumkin. Ya'ni, u respublika yalpi maxsulot eksperti valyuta tushumidan kam bo'lmaydi. Ammo hozirgi mavjud xolatda bunday natijaga erishish mushkul. Bu qiyinchilik juda ko'plab omillarga, sabablarga bo'liq bo'lgan, insonlar ongidagi eski fikrlashlar, ularni psixologik kayfiyatlaridagi ayrim tushunmovchiliklarni bartaraf qilish bilan bo'liqdir.

2.2. O'zbekistonda ovqatlanish tarmoklariga bo'lgan talabni o'rganish

Xalqaro turizmda xizmat ko'rsatish va servis, ta'kidlaganimizdek, juda katta salohiyatga ega. Ammo bu salohiyatdan foydalanish samarasi juda xam kam desak mubolafa bo'lmaydi. Xalqaro turizm bozorini rivojlantirishda ovqatlantirish komplekslari bilan birgalikda restoran xisoblanmagan, ammo uning funkstiyasini bajaradigan ob'ektlardan xam keng foydalanish maqsadga muvofiqdir. Sayyoxlarni ovqatlantirishda odatda bunday ob'ektlar juda qulay va sodda bo'lib, ularning samaradorligi yukoridir. Choyxonalar, shaxsiy oshxonalar va xakazolar sayyoxlar uchun juda qulay bo'lgan ovqatlanish maskanlaridir. Sayyoxlikda bularning ichida O'zbekistonda eng keng tarqalgani va arzoni milliy choyxonalardir. Lekin, O'zbekiston sharoitida milliy choyxonalarning rivojlanishi uchun keng imkoniyatlar, shart - sharoitlar mavjud bo'lsada ularni qurish,

foydalanish ishiga katta ahamiyat berilmayapti. Vaxolanki, xalqaro turizm yo'nalishi bo'yicha tashrif buyuradigan turistlarning choyxona kabi maskanlardan foydalanishi ular uchun juda ko'laylik turdiradi. Ayniksa, hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida mavjud bo'lgan iqtisodiy qiyinchiliklar davrida ichki sayyoxlarimiz uchun bunday maskanlardan foydalanish arzon va qulaydir. Bunday maskanlarda odatda odamlar gavjum, faqat xalqaro sayyoxlar emas, balki O'zbekiston fuqarolari bo'lgan sayyoxlarning tez-tez tashrif buyuradigan joylarida kurilishi va foydalanishini maksadga muvofiq, deb o'ylaymiz. Yoz oylarida bunday choyxonalar juda xam salobatli tus oladi va bu erga ko'plab dam oluvchi sayyoxlarni ovqatlanish maksadida o'ziga jalb etadi. Ammo zamonaviy arzon restoranlarning kamligi xorijdan tashrif buyuradiganlar uchun yo'l berk ekanligidan dalolat beradi. Vaxolanki, O'zbekistonda milliy taomlarga bo'lgan talab orkali valyuta ishlash imkoni yukoridir. Lekin bu masalaga chukur yondashmaslik, vatan ishki bilan yonmaslik, tadbirkorlikning bu soxasiga beparvolik jamiyat a'zolari uchun kimmatga tushmoqda.

O'zbekistonga asosan chet ellik sayoxlar tashrif buyuradi. Ular uchun ko'p xollarda etarli servis bilan ta'minlanmaganlik xolatlari tez - tez uchrab turadi. Xaqikatdan xam, sayyoxlik mamlakat iqtisodiyotiga valyuta tushumlari bilan o'zining salmoqli xissasini ko'shishi mumkin. Bizning fikrimizcha, restoranlardan unumli foydalanish uchun ulardagi narxlarni qayta ko'rib chikish, uni jaxon andozalaridan o'rnak olgan xolda tashkil kilishimiz kerak. Bundan tashqari, O'zbekistonning sayoxatga jalb kiladigan shaxarlarida kichik oshxonalar, xatto 10-15 kishi uchun mo'ljallangan choyxonalardan foydalanish xam maksadga muvofiqdir. Bu erda, birinchi navbatda, yukori sifatli xizmatni yo'lga ko'yish va uning o'lchamlarini jaxon andozalari darajasiga etkazib, anik maksadli bozor uchun intilish hozirgi kunning muxim belgisidir. Chet ellik sayyoxlarni an'anaviy bo'lgan qolgan milliy taomlardan tashqari yanada yangi taomlarni tayyorlash, o'zlashtirish va shu orkali uning xizmat turini kengaytirish zarurdir. Xalqaro turistlarni ovqatlantirishga bo'lgan talabni o'rganishda u yoki bu xalkning urf - odati, samimiyligi, turmush tarzi, mexmondo'stligi va yana boshqa

ko'plab omillar xam muxim rol o'ynaydi. O'zbekiston diyoriga birinchi marta kelgan sayyoxlar qanday yo'nalish bo'yicha bo'lmasin, o'zbek xalqining mexmondo'stligi tufayli yana bir bor bu diyorga tashrif buyurishni orzu qilgan ekan. Ammo turizm bilan bog'liq servis xizmati ko'rsatish borasida falati xolatlarga duch kelishlarini bayon qilganlar.

Shuni qayd qilish kerakki, sayyoxlarning xarajatlaridan eng ko'p qismini ovqatlanish xarajati tashkil etadi. O'zbekiston oshxonalarida va restoranlarida ovqat turini ko'paytirish, sifatini oshirish uchun katta imkoniyatlar mavjud. Lekin bu imkoniyatlardan xar doim xam samarali foydalanilmaydi. Xozirgi paytda restoran xo'jaligining rivojlanishi uchun mavjud imkoniyatlarni to'liq ishga solish juda o'rinlidir. Er yuzi bo'ylab safarga o'tlanayotgan 720 mln.ga yaqin sayyoxlarning juda xam ozchilik qismi O'zbekiston, umuman Markaziy Osiyo davlatlari xaqida kam tasavvurga ega. Mamlakatlarning oddiy fuqarolari u yoxda tursin, xatto mamlakatimizga tashrif buyurayotgan ko'plab mashxur davlat, jamoat, adabiyot va san'at namoyondalari xam O'zbekistonni asta-sekin kashf eta boshlashdi.

2.3. Restoranlarga qo'yiladigan sanitariya talablari

Xar qanday ovqatlanadigan, ichimliklar iste'mol qiladigan, chekiladigan jamoat joylarida gigiena talablariga amal qilinishi shart. Restoranlarda bunga rioya qilish uning egalari va albatta mijozlarning zimmasida yotadi. Qonuniy tartibda gigiena, sanitariya va xavfsizlikka bir qator talablar o'rnatilgan bo'lib, bu talablarga amal qilinishi vaqt-vaqti bilan inspektorlar tomonidan nazorat qilib turilishi lozim. Bunday talablarga amal qilinmayotganligi aniqlangan xolatlarda korxona egalari oqoxlantrilib, axvolni tuzatish uchun ma'lum muddat beriladi. Muddat tugagandan so'ng kamchiliklar tuzatilmasa, restoran yopib qo'yish talab etiladi. Bunday xolatlarda xokimiyat tomonidan xam kamchiliklarni yo'qotish uchun xarakat kilinadi. Umuman restoranlarga gigiena, sanitariya va xavfsizlik bo'yicha qo'yiladigan barcha talablarga amal qilinishi mumkin bo'lgan va tezda bartaraf etish imkoniga asoslangan. Qonunda ko'zda tutilgan narsalardan biri bu

restoran tualetida shunday e'lon bo'lishi kerak: "Xar qanday xodim ushbu xonadan chikayotib ko'lini yuvishi shart". Bunday e'lon mavjud emasligi sanitar talablarga rioya qilmaganligi xisoblanadi, ushbu kamchilik uchun restoran yopilmasa xam bo'ladi.

Inson uchun eng xavfli – isitib beriladigan taomlarda bo'ladi. Ba'zi bir mikroblar ma'lum xaroratda "qayta tirilib" insonga xavf sola boshlaydilar. Ba'zi bir balik turlari noto'g'ri tozalanishi natijasida ularning tarkibidagi botulin kabilarning qolib ketishi inson xayotiga raxna solishi mumkin⁷.

Boshqaruvchining yordamchisi kattik charchaganligiga qaramay, doim restorandagi stakanlardan tortib devorlarda osilgan suratlar ramalarining tozaligiga, tortilgan meva va sabzavotlarning tozalab yuvilganiga, yo'laklarning tozaligiga katta e'tibor berishi lozim. Yaxshi xid biladigan mijozlar meva va sabzavotlar o'stirishda qo'llaniladigan kimyoviy moddalar xidini tezda ajratib olishadi. Xo'rrandalar dasturxonga tortiladigan kulubnay yoki uzumni kuchli oqava suvda yuvilgan bo'lishini istashadi. Ba'zi vegetarianestlar tayyorlangan salatni xar bir bargini yuvishni, so'ng quritib (salatga solinadigan sousni ortiqcha suvda eritmasligi uchun) stolga tortishni talab qilishadi. Meva va salat barglarida uchraydigan mayda qurtlar xech qanday xavf tuqfirmaydi, inson organizmida beloklarning o'rnini qoplashda manba vazifasini bajaradi.

2.4. Ovqatlantirishni tashkil etish

Ovqatlanish xar qanday insonning tabiiy ehtiyojidir. Ovqatlanish, turizmda odatdagi oddiy va zaruriy ehtiyojdan tashqari yana ko'ngil ochish va milliy madaniyatning, xususan, gastronomiyaning muxim tarkibiy qismini anglash sifatida xam qaraladi. Milliy taom - xalq madaniyatining muxim qismi bo'lib, o'zida ajralib turuvchi xususiyatlarni mujassamlantiradi va xuzur xalovat olishning vositasi xisoblanadi.

⁷ Оробейка У.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания : Рестораны и бары: Учеб.пос.-М.: Альфа. 2006. 112 с.

Umumiy ovqatlanish tizimi turistik markaz yoki xududga tashrif buyuruvchilarning ehtiyojlarini qondiruvchi turli toifadagi restoranlar, barlar, kafe xamda oshxonalar, tez ovqatlanish va o'ziga o'zi xizmat qilish joylaridan tashkil topadi. Ovqatlanishning turlari (ertalabki nonushta, yarim pansion, pansion) doimo turistik xizmatlar ko'rsatish tarkibida belgilangan bo'ladi. Yarim pansionda (ikki marta ovqatlanish) ertalabki nonushta va tushlik yoki kechki ovqat nazarda tutilgan bo'ladi. Pansion - bu uch martalik ovqatlanishdir. Qimmatbaho xizmat ko'rsatish variantlarida butun kun davomida va xattoki tunda istalgan vaqtda va istalgan miqdorda ovqatlanish xamda ichimliklar (spirtli ichimliklarni xam qo'shib xisoblaganda) ichish imkoniyati nazarda tutilishi mumkin.

Shuningdek, taklif etilayotgan ovqat xillarining miqdori tashrif buyurilayotgan mamlakat yoki mintqaning an'analariga bog'liq bo'ladi va ko'pincha kaloriyaliligi xamda xizmat ko'rsatishning turlari belgilangan bo'ladi. Masalan, (evropacha, kontinental, inglizcha, Amerikacha va . k.). Mexmonlarga xizmat ko'rsatishning turi xam muximdir (masalan, shvedcha dasturxon).

Umuman olganda, turist ertalab engil ovqat tanovvul qilishi, ya'ni engil nonushta qilishi qabul qilingan. Shuning uchun, odatda, mexmonxonalarning ko'p ismi ovqatlanish joylariga yoki restoranlarga ega bo'lib, mexmondo'stlikning zaruriy tarkibiy ismi xisoblangan xizmat ko'rsatishlarni taklif qiladi, bu esa ko'p xollarda joylashtirishning qiymatiga kiritilgan bo'ladi. Mexmonxona qoshidagi restoranda ovqatlantirish joylari mavjudligining ko'rsatkichi juda muxim. Agar bu ko'rsatkich (miqdor) mavjud nomerlar fondi miqdoriga mos bo'lsa (to'g'ri kelsa) yana xam yaxshi.

Nonushta masalasida eng yaxshisi shuki, turist mexmonxonadan tashqariga chikmasligi kerak, garchi ovqatlanish joylari nazarda tutilmagan, turistlarga esa yaqinrokda joylashgan restoranda ovqatlanishi mumkinligi tavsiya qilingan joylashtirish vositalari xam mavjud bo'lsada. Bunday joylashtirish xizmatining qiymati keskin pasayib ketadi.

Taom xar bir insonning shunchaki oddiy ehtiyoji bo'lib olmay, balki turistlar tomonidan ko'ngil ochish xam, - deb qaraladi. Turli xalqlarning va xattoki

joylarning taomi o'ziga xoslikka, ko'p xollarda o'ziga jalb etuvchi xususiyatiga ega. Bundan tashqari, ardoqli mehmonni yaxshilab ziyofat qilish - barcha xollarga xos bo'lgan yokiimli an'anadir. Ko'pchilik turistlar uchun milliy taomlar tur dasturining juda qiziqarli elementi xisoblanadi. Ovkat shinavandalari uchun maxsus turlar xam mavjud bo'lib, buning asosini muntazam ravishda turli xildagi milliy taomlar, restoranlarga borish, gastronomiya printsiplarini o'rganish va aloxida maxsus taomlar tayyorlash, maxsulotlarni degustatsiya qilish, vino, pivo xamda kolbasa zavodlarini borib ko'rish va boshqalar tashkil etadi. Ekskursion dasturlarning ayrim xollarida kunduzgi ovkat turistlarga uru payok xolida beriladi. Issiq mamlakatlarda turistlarga katta miqdordagi ichimlik suvi berish nazarda tutiladi.

Ovkatlantirishni tashkil etish tibbiy soatni xam xisobga olgan bo'lishi kerak. Noto'fri ovkatlanish, yomon (qoidalariga rioya qilmagan xolda) tayyorlangan ovkat zaxarlanishga olib kelishi mumkin. Ayniqsa, ko'chadagi mayda sotuvchilar ko'lidagi suv va ovkat, shuningdek, sifatsiz restoranlardagi taomlar xavflidir. Ayrim toifadagi turistlar ruxida diniy belgilar bo'yicha umum qabul qilingan cheklanishalar (cho'chqa go'shtini iste'mol qilmaslik, ro'za tutish), bolalar ovkati talablarini xam xisobga olish kerak. Ovkatlanishga bo'lgan bunday talablarning o'ziga xosligini turistlar tur sotib olayotganlarida ko'rsatishlari kerak.

Xulosa

Xozirda restoran menejmenti juda kam o'rganilgan soxadir. Restoran xo'jaliklari insonlarning ovkatlanish ehtiyojlarini qarshilaydigan muassasa bo'lgani uchun ushbu tarmoqqa katta e'tibor berish lozim. Xozirda Respublikamizda turistik restoranlar sanokli darajada bo'lsa xam ularning sifati darajasini yukori deb bo'lmaydi. Turistlarning ovkatlanishlari uchun faqat restoranlardan emas, milliy choyxonalardan xam foydalantirish mumkin. Chunki turistlarning ovkatlanish davomida milliy taomlarimiz bilan xam tanishishlariga imkon bo'ladi. Agar turistik restoranlar ko'proq qurilsa chet el taomlari bilan birga milliy taomlarimizni xam turistlarga taqdim qilsak, ularga milliy ovkatlarimizni xam tanitish mumkin,

bu esa ovqatlanishdan keladigan daromadni oshiradi va milliy kompaniya byudjetiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Nazorat savollari

1. Restoran turlariga nimalar kiradi?
2. Restorarlarda qanday servis turlari ko'rsatiladi?
3. Qanday qilib milliy choyxonalarni turistlarga tanishtirish mumkin?
4. Kafe va barlarda qanday xizmatlar takdim qilinadi?
5. Respublikamizda qanday qilib ovqatlanish tarmoqlarini rivojlantirish mumkin?
6. Restoranlar qanday toifalarga bo'linadi?
7. Dunyo miqyosida qaysi davlat turistik restoranlari ko'proq rivojlangan?
8. Restorarlarda qanday servis turlari mavjud?
9. Turistlarga xizmat ko'rsatishda ovqatlanish korxonalarining roli qanday?
10. Restorarlarda sanitariya – gigiena qoidalarini qanday bo'lishi kerak?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar maxkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 "Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish haqidagi" qarori.
2. Orobeyka U.S., Shreder N.G. Organizatsiya obslujivaniya : Restorany i bary: Ucheb.pos.- M.: Alfa. 2006. 302 s.
3. Texnologiya puteshestviy i organizatsiya obslujivaniya klientov. Uch. Posobie.- M. Finansy i statistika. Chernyx N.B. 2005 g. 225 s
4. Internet saytlari.
www.e-tours.ru – delovye turgy, vystavki, konferentsii

3. Bob. Turizmda mexmonxona xo'jaligini boshqarish asoslari

- 3.1. Mexmonxona xo'jaligini boshqarish asoslari
- 3.2. Turistik mexmonxona xo'jaliklarida boshqaruv stikllari
- 3.3. Turizmda mexmonxonalarni boshqarishning tashkiliy tizimlari

3.4. Mexmonxona xo'jaliklarida kadrlarni boshqarish unumdorligi

3.5. Mexmonxonalarni tavsiflovchi belgilar

3.6. Mexmonxonalarning funkstional vazifasi

3.1. Mexmonxona xo'jaligini boshqarish asoslari

Mexmonxona xo'jaligini boshqarish deganda, ishni tashkil qilishga ta'sir ko'rsatadigan shart-sharoitlar va ishlar borligi tushuniladi. Mexmonxona xo'jaligida faoliyat maqsadlari va vazifalari bevosita bozor tamoyillaridan kelib chikadi. Ma'lumotlarni sotuvchilar o'z tur maxsulotlarini imkon boricha ko'prok foyda beradigan qilib sotishga, xaridor (turist)lar esa bu turmaxsulotlarni imkon boricha arzon narxda xarid qilishga intiladi. Ularning manfaatlari turistik bozordagi baxolar mexanizm orkali muvozanatlashadi. Shu munosabat bilan bozor iqtisodiyotining qanday tamoyillari tadbirlarga xos bo'lgan xisoblanadi degan savol turiladi. Avvalo mexmonxonani boshqarishda xususiy mustakillik, ya'ni avtonomiya tamoyili katta rol o'ynaydi. Iqtisodiyotda xamma tashabbuslar erkin xarakat qiladigan iqtisodiy sub'ektlardan kelib chikadi. Shuning uchun mexmonxona menejeri (tadbirkor) amaldagi konunlar doirasida o'z istagiga qarab ish yuritishi mumkin. Erkinlik tamoyili: birinchidan; tadbirkorlar uchun muayyan imkoniyatlar bo'lishi: Xo'jalik faoliyati erkinligi, tanlash erkinligi va qanday bo'lmasin biror ish bilan shufulanish erkinligini ko'zda tutadi. Ikkinchidan; boshqa imkoniyatlar xam nazarda tutiladi: shartnomalar tuzish erkinligi, birlashish va boshqa mexmonxonalar bilan raqobat qilish erkinligi bor. Uchinchidan; mexmonxona egasi o'z mulkidan o'z xoxishiga qarab foydalanish xukukiga ega bo'ladi. Umumiy faoliyat erkinligi erkin bozor iqtisodiyotining asosiy qoidasidir. Ayni vaqtda mexmonxona menejeri konun bilan belgilab qo'yilgan omillarni va boshqa sub'ektlarning xaq - xukuklarni e'tiborga olishi kerak. Zamonaviy mexmonxona xo'jaligi menejeri jamoat ishlab chikarishda, boshqaruvchi, diplomat, etakchi, murabbiy, innovator, inson sifatida yuzaga chikishi lozim⁸.

⁸ Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М. "Академия". 2005 г – с 142

Boshqaruvchi menejer - mexmonxona xo'jaligi menejerining bu funkstiyasi amalda unga xos bo'lgan an'anviy funkstiya hisoblanadi. Boshqaruvchilik vazifasini bajarar ekan, menejer xokimiyatga ega shaxs bo'lib qoladi. Xozirgi sharoitda xokimiyat tanxo bir kishiga tegishli bo'lmay qolganligi uchun xokimiyatni ko'lda tutuvchi kishidan bugungi kunda xam kat'iyat, xam ma'lum darajada muloyimlik ko'rsatish talab etiladi. Boshqaruvchi menejer xalol, o'z so'zida turadigan, yuksak kasb maxoratiga ega, ish yuzasidan muomila qilish ko'nikmalarini o'zlashtirgan, notiq maslaxatchi, pedagog va psixolog maxoratiga erishgan bo'lishi kerak. Mexmonxona biznesini boshqarishda bu maxoratlari juda ko'l keladi.

Diplomat menejer - so'nggi o'n yilliklar davomida, ayniksa, keng yoyilgan mexmonxona biznesida menejerlik malaka va ko'nikmalari orasida bularning avvalo muzokaralar olib borish bilan bo'liq xillarni tanlab olib o'tish lozim. Mexmonxona xo'jaligidagi o'rta va oliy bo'lin menejerlari xozirgi kunda o'zlarining ish vaqtlarini odamlar bilan aloqa bo'lash va bu aloqalarni kengaytirishga, mexmonxona personali bilan aloqalarni chukurlashtirishga, shartnomalar, bitimlar tuzish baxslarni xal qilish, turistlar e'tirozlarini xal qilish, xukumat bilan o'rnatiladigan munosabatlarni yo'lga ko'yishga sarflaydilar. Xar xil vositachilik ishlarda menejerlarning ishtirok etishi tobora ko'proq zarur bo'lib qoladi. Mana shularning xammasi uchun kishida aloxida, ya'ni diplomatlarga xos qobiliyat bo'lishi kerak. Etakchi menejer. Zamonaviy menejer menejerlik ishlaridan tashqari etakchilik ishlarini xam olib boradi. Mexmonxona menejmenti xususidagi Amerika nazariyachilari «xar bir mexmonxona xo'jaligi menejeri etakchi bo'lishi kerak», degan shiorni allaqachon o'rta tashlashgan. Ularning fikricha, menejerlik vazifasi deganda, ko'pincha biznesning moddiy kenja tizimi, faoliyat (xizmat ishlab chikarish resurslari, muolajalari, texnologik jarayonlar) quvvatlab borish uchun zarur bo'lgan jami professional xarakatlar tushuniladi. Mexmonxona biznesining insonga xos bo'lgan boshqa avlod tizimi, ya'ni boshqarishning asosiy ob'ekti bu o'rinda go'yo chetda qolib ketgan. Lekin bu

vazifani yaxshi uddalash uchun mexmonxona menejeri personalni o'ziga ergashtirib borish kobilyatiga ega bo'lishi kerak.

Murabbiy menejeri - mexmonxona va umuman ishlab chikarish jarayonlari murakkablashib borgan sari xodimlarga ko'yiladigan talablar ortadi. Bir tomondan xodimlarning texnologik bilimlarini oshirish extiyoji paydo bo'lsa, ikkinchi tomondan ularning xayot faoliyatining ma'naviy tomonlarini kamolotga etkazish zaruriyati tufiladi. Murakkablashib borayotgan texnika va texnologiya mutaxassislarga uzluksiz kasb ta'limi berib borish zaruriyatini tufdiradi, bu ishga talaygina mablaflarni sarflaymiz. Mexmonxona biznesida mexmonxona xodimlarining yaxshi tarbiya ko'rganligi, yuksak ma'naviy axloqqa ega ekanligi tarakkiyot cho'kkisiga chikkan iktisodiyotning mintakadan mintakagacha o'tib borishi uchun xal qiluvchi shart xisoblanadi. Mexmonxona xo'jaligida muvoffakiyat kozonish mo'ljallanadigan menejerlarni, muomila, odob-axloq va xar tomonlama tarbiyalab borish barcha menejerlik ishlarining muxim tomonidir.

Innovator menejment - fan va texnika tarakkiyotiing informastiya yuksalishi sharoitlarida mexmonxona menejerligi ishining eng muxim tomonlaridan biri innovastiyalar bo'yicha faoliyat olib borishdir. Shiddat bilan davom etayotgan fan - texnika inqilobi sharoitlarida innovastiyalar xususida kimki sustkashlik qiladigan bo'lsa, u tez orada orqada qolib ketadi. Innovastiyalarning zarurligini tushuntirish juda oson. Mexmonxonalarda eskirib qolgan asbob-uskunalarni jixozlash, yangilarini joriy etish, mablaflar tejab qolishdan ko'ra yangi texnika va texnologiya bazasida mexnat unumdorligi va maxsulot sifatini ko'tarish ancha oson bo'ladi.

3.2.Turistik mexmonxona xo'jaliklarida boshqaruv stikllari

Mexmonxona xo'jaligida boshqaruv jarayoni 4 ta vazifani bajaradi. Bular: rejalashtirish, tashkil etish, motivastiya va nazoratdir. Bu vazifalar moddiy boylik yaratish, mablaflar bilan ta'minlash, marketing va boshqalarga doir boshqaruv faoliyatining xamma turlarini o'z ichiga oladi⁹.

⁹ Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М. "Академия". 2005 г – с 158

Rejalashtirish vazifasi moxiyati bilan qarorlar tayyorlash jarayonidir. Rejalashtirish bosqichlari: maqsadni o'rta qo'yish, mavjud imkoniyatlar shart-sharoitini aniqlash, muqobil sharoitlarni belgilab olish, eng yaxshi yo'lni tanlash, rejani ishga solish va bajarishdan iborat.

Tashkil etish vazifasi menejer va ijrochilar faoliyatini tartibga solishga karatilgan. Bu, avvalo, menejerning o'z imkoniyatlariga baxo berishi, o'ziga bo'ysunadigan xodimlarni o'rganib chiqish, xar bir xodimning salohiyati, nimalarga qodirligini aniqlab olishga karatilgan bo'lishi lozim. Mana shu tashkilotchilik faoliyati boshidan oxirigacha mexmonxonaning juda anik strukturalari doirasida o'tadi.

Motivastiya - tayyorgarlik choralarini ko'rib bo'lgandan keyin menejer ishini muvoffaqiyatli suratda bajarilishini ta'minlash kerak. Shu maqsadda ra'batlantirishdan, ya'ni tashqi omillar (moddiy va ma'naviy ra'batlantirish) yordamida xodimni jo'shqin faoliyatga undash, xamda asl motivastiya, ya'ni personalda mexnatga ichki (psixologik) ra'batlar xosil qilishdan foydalaniladi. Bu o'rinda mexnatdan manfaatdorlik, mexnat faoliyatiga extiyoj sezish, mexnat faoliyatidan qanoat tuyfusini xis qilish muximdir. Mana shu boshqaruv vazifasini muvoffaqiyatli bajarish uchun menejer mulokot olib borishi, aloqalar bo'flashining turli jixatlarini yaxshi bilishi, o'zida tegishli malaka va ko'nikmalarini rivojlantirib borishi shart. Ma'lumki, menejer doimo boshqaruv vazifalarini bajarish bilan band bo'ladi. Agar u o'z mexmonxonasi istiqbolini ta'minlab berishni istasa, boshqaruv ishining xamma tafsilotlariga jiddiy kirishmo'ri kerak. Ishni avvalo rejalashtirishdan boshlash lozim. Xar xil kasb egasi, xar bir professional menejer o'z ishini rejalashtiradi.

Nazorat xaqiqatdan erishilgan natijalarni tekshirib chiqish va topshirilgan vazifalar bilan solishtirib ko'rishdir. Aloqa yaxshi yo'lga qo'yilgan taqdirda, ya'ni tegishlicha nazorat olib boriladigan maxalda tashkiliy jixatdan oldinga qo'yilgan maqsadlarga erishish mumkin. Samarali nazorat maslaxat, o'z vaqtida ko'rsatilgan yo'l-yo'riq, ra'batlantirish, bu ma'kullashtirish va xokazodir. Nazorat personal

tomonidan yo'l ko'yilgan kamchiliklar uchun undan o'ch olish yoki jazolash emas, balki tarbiyalash, yo'l-yo'riq ko'rsatishdir.

Mexmonxona xo'jaligi boshqaruvining asosiy vazifalari menejerning qaror kabul qilishiga doir xatti - xarakatlar bilan chambarchas bo'qlik. "Samarali konunlar, deb ta'kidlaydi mexmonxona menejmenti xususida Amerikalik nazariyotchi K.Killen mexmonxonaning gullab - yashnashi uchun garovdir". Bunday qarorlar boshqaruvning yuqorida aytib o'tilgan vazifalardan xar birining muxim elementidir.

Qaror kabul qilish mexmonxona boshqaruviga doir qo'llanmalarda ko'rsatilganidek, qaror kabul qilish, ya'ni bir to'xtamga kelish, qanday bo'lmasin, biror fikrga kelish yoki qilinishi mumkin bo'lgan ishlarni aniq bir yo'lini tanlab olishdir. Qarorlar kabul qilish menejerning fikri-yu - zikrini doim band qilib turadigan tashvishdir. Menejer turli masalalar yuzasidan tashkiliy, xodimlarga oid, texnologik, ta'minot masalalari va shunchaki ro'zfor masalalari yuzasidan qarorlar kabul qiladi. Ba'zi xollarda menejer bu ishni o'zi yakka boshchilik bilan, boshqa xollarda o'z yordamchilari bilan, yana uchinchi xollarda ekspertlar va jamoatchilikni jalb qilib turib uddalaydi. Boshqaruvga oid xar qanday qaror samarali bo'lsagina, o'rinli deb xisoblanadi. Mexmonxona boshqaruviga oid qaror kabul qilish ishi juda aniq tamoyillarning talablariga muvofiq amalga oshiriladi.

3.3. Turizmda mexmonxonalarni boshqarishning tashkiliy tizimlari

Mexmonxona industriyasi iqtisodiy faoliyat sifatida mexmonxona xizmatlari va chetdan kelganlar uchun vaqtinchalik mexmonxonada, motellarda, kempinglarda, talabalar uylarida yotoq bilan ta'minlash, shuningdek restoranlar xizmatini ko'rsatadi. Shunga asosan barcha joylashtirish muassasalari jamoa va yakka joylashuvga bo'linadi. Xalqaro amaliyotda VTO ekspertlari tomonidan ishlab chiqilgan turistlarni muassasalarga joylashtirishning standart klassifikastiyasi kabul qilingan. O'zbekiston Respublikasi xukumati bunday nufuzli xalqaro tashkilotga a'zo bo'lgan.

Jamoa bo'lib joylanish muassasalariga istalgan ob'ekt, ya'ni doimiy yoki

ba'zan turistlarga yotoq xizmatini ko'rsatuvchi tashkilotlar tushinilib, ulardagi xonalar soni xar bir davlatda mustaqil o'rnatilgan eng kam xonalar sonidan kam bo'lishi kerak emas. Bunday korxonalarda barcha xonalar yagona boshkaruvga bo'ysinib xizmat ko'rsatish va jixozlarga asoslangan xolda klass va kategoriyalarga jamlanadi. Turistlarni jamoa bo'lib joylanish muassasalariga quyidagilar kiradi: mexmonxonalar va shunga o'xshash joylanish muassasalari va maxsuslashtirilgan muassasalar xamda boshqa tashkilotlar.

Mexmonxona – bu jamoa joylanish muassasasi, aniq nomerlar soni mavjud bo'lib, yagona boshkaruvga ega bo'lgan xizmatlar yifindisini taklif qiluvchi, o'rin choyshablarini almashtirishi, sanuzel va xonani yifishtirish, kategoriya va klassiga qarab xizmatlar ko'rsatish va jixozlangan nomerlardan iborat. Mexmonxonalar quyidagi belgilarga ega:

- Ma'lum sonli nomerlardan iborat, yagona boshkaruvga egadir;
- Xar kuni o'rin choyshablarini almashtirishi, sanuzel va xonalarni yifishtirish bilan chegaralanmasdan turli xil mexmonxona xizmatlarini ko'rsatadi;
- Davlat standartlariga mos jixozlangan va xizmatlar taklifiga monand kategoriya va klasslarga guruxlangan;
- Maxsuslashtirilgan muassasalar kategoriyasiga xos emas.

Mexmonxonalar katta-kichikligi, yotoq o'rinlari soni va xonalar soniga qarab farqlanadilar. Mexmonxonaga o'xshash muassasalarga pansionatlar, turistik umumiy yashash uylari va boshqa joylanish muassasalari kiradi, ya'ni nomerlardan iborat va o'rin choyshablarini almashtirishdan tashqari xizmatlar cheklangan. Maxsuslashtirilgan muassasalar xizmat ko'rsatish bilan bir qatorda boshqa maxsus funkstiyalarni bajaradi. Bunday muassasalarga soflomlashtirish, dam olish va mexnat lagerlari, kongress markazlari va boshqalar kiradi. Boshqa jamoa joylanish muassasalari doimiy o'rin choyshablarini almashtirish va xona yifishtirish xizmatlaridan tashqari mexmonxona xizmatlari cheklangan xolda xizmat ko'rsatadi. Ular nomer ko'rinishida bo'lmasligi mumkin, balki uy-joyga o'xshash turar joy, kemping uchun maydon yoki jamoa yotoqxonasidan (obxejitie) iborat

bo'lishi mumkin.

Mexmonxonani boshqarishdagi tashkiliy tizim dunyo mexmonxona industriyasida 1950 yillardan boshlab mexmonxona ishini tashkil qilishning bir nechta modelini o'z ichiga olgan. Birinchi model – Ritst modeli shveytsar tadbirkori Stezar Ritst nomi bilan bo'liq. Bu mexmonxonalarda asosiy e'tibor evropacha did-farosat va aristokratchilikka qaratilgan. Jaxondagi ko'pgina nufuzli otellar uning nomini olgan. Masalan Parijdagi «Ritst» oteli. Ikkinchi modeli amerikalik tadbirkor Kemansi Uilson nomi bilan bo'langan («Xolidey Inn» mexmonxonalar zanjiri). Ushbu modelda mexmonxonalarga xizmat ko'rsatish va ularni talablarini kondirish juda katta chakkonlikni va yukori darajadagi xizmat standartlarini ushlab turishga yo'naltirilgan. Eng asosiy e'tibor mexmonxona intereriga qaratiladi. Bu model asosida tashkil etilgan mexmonxona tizimining asosiy talablari quyidagicha¹⁰:

- uslubning yagonaligi (arxitektura, interer);
- keng va funkstional xoll, mijozlarni qayd qilish tezligi;
- nomerni doimiy mijozlar uchun xozirligi;
- nonushta «shved stoli»;
- konferenst-xollni xozirlash;
- ta'rif tizimining o'zgaruvchanligi;
- marketing va kommunikastiya xizmatining yagona boshqaruvi.

Ikkinchi model asosida qurilgan mexmonxonalar zanjiri nazorati dunyodagi 50 foizdan ortiq mexmonxona nomerlarida mavjud. Uchinchi model – «ixtiyoriy mexmonxona tizimi» tipidagi Best Veston, Romantik Xotel. Bunday xolatda mexmonxonalarni yagona bir savdo markasi birlashtiradi, ular umumiy fondga to'lov to'lashadi, marketing va reklama faoliyatiga birgalikda xarajat qilishadi.

¹⁰ Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М. "Академия". 2005 г – с 178

Bunda ularning moliyaviy-iqtisodiy va boshqaruv mustakilligi butunlay saqlanib qoladi. Bu tizimning mohiyati yagona birlashgan shartnoma asosidagi assostiastiyasidir. Ikkinchi model bilan uchinchi modelning birlashgani bo'lishi mumkin. Bunga masalan «Akkor» mexmonxona tizimi misol bo'la oladi. Bu Evropadagi eng katta mexmonxona zanjirini tashkil etadi. U turli klassdagi mexmonxonalarni takdim etib bozorda xar xil markalar bilan chikadi. Masalan «Pulman», «Sofitel», «Novotel» – bu oliy klassdagi mexmonxonalardir. «Altea/Merkur» – o'rta klassdagi mexmonxona. Zanjirga kirishda mexmonxona uning mulkiga aylanishi juda shart emas. Bunday sharoitda yirik mexmonxonalar zanjiri bilan tuzilgan shartnomaga asosan (franshizotelini) va ushbu zanjirga mustakil kirgan mexmonxonaga tijoriy maksadlar uchun zanjirning firma belgisidan foydalanish xukuki, texnik va tijorat ma'lumotlari, bronlash sistemasining ma'lumotlari, texnik yordam, xodimlarni o'qitish xukuki va boshqalar beriladi. Franshiz korxona bular uchun shartnomada ko'rsatilgan badallarni to'laydilar. Dunyoda mexmonxona industriyasining rivojlanishi mexmonxonalarning ko'payishi va ularning ixtisoslashtirish yo'li bilan bormokda. Bunda cheklanmagan va cheklangan xizmatlar ko'rsatadigan an'anaviy mexmonxonalar, ixtisoslashtirilgan (kongress markazlar, kurort tipidagi otellar, golf otel va boshqalar) mexmonxonalar takdim etilmokda. Quyidagi jadvalda jaxondagi asosiy o'nta mexmonxonalar zanjiri keltirilgan.

3.1-Jadval

Asosiy o'nta xalkaro mexmonxonalar zanjiri

Bosh xolding nomi	Shtab-kvartira joylashgan mamlakat	Nomerlar soni
«Hospitality Franchise System Blanstone Part.»	AQSh	490000
«Holiday Inn World Wide»	Angliya	386323
«Best Western International»	AQSh	295305

«Accor»	Franstiya	279145
«Choice Hotel International»	AQSh	271812
«Marriot International»	AQSh	251425
«ITT Sheraton Corp.»	AQSh	130528
«Promus Corp.»	AQSh	105930
«Hilton Hotel Corp.»	AQSh	101000
«Carlson Hospitality World Wide»	AQSh	91177

Manba; Yankevich V.S., Bezrukova N.L. Marketing v gostinichnoy industrii i turizme: 2005 g.

Tarixdan ma'lumki bizning asrimizgacha dunyo mexmonxona xo'jaligida evropa klassik modeli hukmronlik qilgan, ya'ni 2ta asosiy boshqaruv lavozimlari atrofida, aynan metrdotel va shef-povar. Birinchi lavozimdagi shaxs bu mexmonxona xodimlari va mexmonlar o'rtasidagi o'zaro ta'sirini ko'rsatgan, chunki mexmonxona siyosatiga javob beradigan tez va me'yoriy usulda xizmat ko'rsatilishi lozim. Ikkinchi lavozimdagisi oshxona xo'jaligini va taomlar tayyorlash, tanlash jarayonini boshqaradi. Mexmonxonaning tashkiliy strukturasi uning maqsad, vazifasiga, joylanishi, mexmonlarni xususiyatlari va boshqa faktorlarga bo'liq bo'ladi. U xar bir xizmatchiga yuklangan xukuk va burchlarini aks ettiradi.

Mexmonxona nomerlar fondi xizmati doimo joriy ta'mirlash xizmati bilan aloqada bo'ladi, chunki mexmonxonada na faqat xonalarni va undagi jixozlarni joriy ta'mirdan chikarish balki butun mexmonxonani xam o'z ichiga oladi. Turistik majmualarning ishlash tizimi va asosiy negizi shulardan iborat.

3.4. Mexmonxona xo'jaliklarida kadrlarni boshqarish unumdorligi

Uncha uzoq bo'lmagan davr mobaynida mexmonxona xo'jaliklarida xodimlarning boshqarilishi yoki xodimlarning vazifalari xizmat kasbining so'ngisi xisoblanardi. Bu xizmat doirasi ba'zida xar xil sabablarga ko'ra, o'z kasbini boshqa

bo'limlarda bajara olmagan ishchilar bilan to'ldirilardi. Xodimlarni boshqarish departamenti esa mijozlarga xizmat ko'rsatish operastiyalarida bevosita katnasha olmagan amaldorlar uchun boshpana sifatida qaralar edi. Lekin, bu qarashlar yildan yilga kuchayib borayotgan raqobat muxitida albatta o'zgardi. Masalan, 90-chi yillarning boshiga kelib yirik mexmonxona tarmoklarini boshqarish sifatiga va boshqa operastion vazifalarga bo'lgan talab kuchaya boshladi, shuning uchun xodimlarni boshqarish xizmatida yanada xabardor bo'lishi, tezda xarakat qilish, ma'lumotli bo'lishi xamda uning xizmat bo'yicha xamkasblari xam boshqa bo'limlarning vazifalari qatoridan o'rin oldi. Mexmonxona xo'jaligida xodimlarni boshqarish bo'yicha zamonaviy deportament 4 ta asosiy funkstional soxada xarakatga keltirilgan. Lekin, bu barcha kompaniyalarning xodimlarini boshqarish bo'yicha deportamentda ko'rsatib o'tilgan tashkiliy tizim bo'yicha asoslanadi degani emas. Odatda deportamentdagi ishchilar soni kompaniyadagi ishchilarning umumiy soniga bo'flikdir. Chet eldagi tashkilotning 200 nafar ishchisiga xodimlarni boshqarish xizmatining bir nafar ishchisi to'fri keladi. Mexmonxona biznesidagi qoidadan kelib chiqqan xolda, agarda mexmonxonadagi bitta nomerga bitta ishchi to'fri kelsa, 600 kishilik nomerli bo'lgan mexmonxonadagi xodimlarni boshqarish deportamentida uch nafar ishchi ishlashi kerak. Xodimlarni boshqarish bo'yicha deportament faoliyatiga quyidagi vazifalarni bajarish kiradi¹¹:

- xodimlarni tanlash va yollash;
- xodimlarni tayyorlash va qayta tayyorlash;
- mexnat munosabatlarini tartibga solish;
- kadrlarni rejalashtirish;
- ish xaqi va mexnat sharoitlari;

Mexmonxona menejmentida ushbu vazifalar ikki yoki undan ortiq deportament ishchilari orasida taqsimlanadi. Bular xodimlar bo'yicha tayyorlov, ishga yollash, mexnat munosabatlari va ish xaqi bo'yicha mutaxassislar bo'lishi mumkin. Deportamentda mexnatni tashkil etish va xar bir kadr bo'yicha mutaxassisning mavqei,

¹¹ Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М. "Академия". 2005 г – с 197

xodimlarning majburiyatlari, uning mansabi turli xildagi mexmonxona majmualarida menejmentning tarkibiy tuzilishiga ko'ra farqlanishi mumkin. Xodimlar bo'yicha menejer vazifasi - boshqa departamentlardagi faoliyat ko'rsatuvchi boshqaruvchilarga malakali yordam berish va majmuaning kadr siyosatini yurgazishdan iboratdir. Bunday xolatda ular orasidagi o'zaro munosabatlar funkstional tarzda bo'ladi, boshqacha qilib aytganda, xodimlarni boshqarish bo'yicha menejerlar boshqa departamentlar uchun maslaxatchi - mutaxassislar buladilar. Shuning uchun, xodimlarni boshqarish departamentining vazifalari faqatgina bitta departamentning doirasida emas tashkilotning barcha darajalariga, barcha bosqichlariga ta'sir etadilar.

Mexmonxona xo'jaligi industriyasidagi mehnatning samaradorligiga uning kadrlar tarkibi va ular o'rtasidagi o'zaro munosabatlar kuchli ta'sir etadi. Tashkiliy nuqtai nazardan olib qaraganda xodimlarning samarali tarkibini tashkil etilishi quyidagilarga bo'liq bo'ladi:

- faoliyatning aniq maqsadi va vazifalarini o'rnatish;
- samarali tashkiliy tarkibning ishlab chiqilishi;
- kadrlarni rejalashtirish, uning yordami bilan kadrlarni tanlash va kadrlar siyosatini olib borish;

Mexmonxona menejmentida ishlash tajribasiga ega bo'lgan zarurlik va yukori darajali ishchi kuchining ko'nimsizligi (bir joydan ikkinchi joyga ko'chishi) kadrlarni samarali rejalashtirilishini oldindan belgilab ko'yish muhimligini bildiradi. Oxirgi yillarda kadrlarni rejalashtirish korxonani boshqarish jarayoni kabi muhim ish bo'lib qoldi, shuning uchun uni xam strategik rejalashtirishning tashkiliy qismi sifatida qaralishi lozim. Kadrlarni rejalashtirish faoliyatining umumiy rivojlanishiga bo'liqligi sababli tashqi omillarning o'zgarishini xam xisobga olish lozim, misol uchun, demografik o'zgarishlar, ta'lim berish jarayoni va raqobatbardoshlik darajalarining o'zgarishi xamda davlatning iqtisodiyotga aralashish darajasi va texnologik rivojlanishlar va xokazo. Kadrlarlarni rejalashtirish jarayoni 4ta asosiy bosqichdan iborat bo'lib, u erda asosiy bo'lib talab bilan taklifning bir – biriga to'fri kelishidir¹².

- ishda qatnashuvchi xodimlarning taxlili;

¹² Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. - М. 2005. 127с

- rejalashtirilayotgan davr uchun kadrlarga bo'lgan taklifning kutilayotgan o'zgarishlarini baxolash;

- rejalashtirilayotgan davr uchun kadrlarga bo'lgan talabning prognozi;

- kerakli davrda talab etilayotgan kadrlar bilan ta'minlanishiga imkoniyat beruvchi choralarni ko'rish (talab va taklifning mos kelishi).

Kadrlar taklifi prognozini o'tkazish uchun kadrlarni samarali xisoblash tizimi, xamda shtat jadvali va kadrlarning ko'nimsizligi xakida ma'lumotlarga ega bo'lishi kerak. Shu bilan bir qatorda xodimlarning ish tajribasi, uning moxirlik va malaka darajasi, chet tillarini bilish va boshqa ma'lumotlar xam muxim xisoblanadi. Kadrlarni samarali rejalashtirilishi ko'p foyda keltiradi va quyidagilarni ta'minlaydi:

- kompaniyaning tarkibiy tuzilishi bilan uning maqsadlari o'rtasidagi aloqasi;

- strategik vazifa va xar kungi operastion darajada rejalashtirish uchun kadrlarga bo'lgan talab xakida ma'lumotlar;

- ishga yollash uchun bo'lgan potenstial resurslarning o'zgarish darajasi;

- tanlash va yollash, tayyorlash va qayta tayyorlash, ishdan xaydash bo'yicha va boshqa xodimlarni boshqarish bo'yicha xarakat dasturi.

Kadrlarni rejalashtirish - mexmonxona menejmenti uchun juda muxim va murakkab tadbir, chunki u tashqi muxit o'zgarishiga xamda iste'molchilarning didlari o'zgarishlariga juda ta'sirchandir. Inson resurslarini boshqarish funkstiyasining ko'zga ko'rinib turadigan qismlaridan biri, albatta uning ishchilari orasidagi munosabatlardir, yanada muxim qismi esa, xodimlarni tanlash bilan bo'flik bo'lgan masalalardir. Odatda yollash kompaniyaning xar xil xizmatlari uchun tajribali ishchilarga ega bo'lish jarayonidan iborat. Bundan kelib chiqqan xolda, yollash (renrutment) o'z ichiga kadrlar bo'yicha kompaniyaning qismlarga ajralishining zarurligi, potenstial nomzodlarni tanlash, ularning ichidan mos keluvchi nomzodlarni tanlash kabilarni o'rganadi. Tanlov jarayoni bir necha bosqichlardan iborat bo'ladi. Ularning - bu taklif kilinayotgan ishni taxlil kilinishi, u taklif kilayotgan ishga bo'lgan barcha talablarni tasvirlab berish lozim, ya'ni uning aniq masalalari va funkstional vazifalari (ishlab chiqilayotgan maxsulotlarning minimal - maksimal yoki bo'lmasa o'rtacha miqdorini, nomerlarni tozalash va boshqalar birlik vaqt mobaynida), o'rin va tashkilotning tarkibiy tuzilishidagi mansab bilan bo'flik

cheklashlar (misol uchun yuqori boshqaruv bilan kelishuvsiz aniqlangan maxsulotni sotib olish summasiga nisbatan ko'proq summaga bo'lgan xukuklarga cheklashlar yoki chekning olinishiga cheklashlar, ya'ni joylashtirish xizmati boshlari bilan kelishilmagan oldindan belgilangan summadan oshsa), tashkilotning boshqa bo'limlari bilan funkstional aloqasi va boshqalar. Taklif qilingan ishni tasvirlash jarayonining davomi bo'lib, kadrlarning tasniflanishi xamda ma'lum bir ishni bajarish uchun ishchilardan talab kilinadigan omil va sifatlarning batafsil topshirilishi kiradi, misol uchun tashki ma'lumotlar, serfayratlik va xarakatchanlik, malaka va ko'nikmalar, xamda aynan o'xshash ishni bajarish tajribasi va boshqalar. Ba'zida u yoki bu ishni bajarilishi murakkab, xattoki ekstremal sharoitlarda bajariladi va ishning aniq bajarilishi uchun ma'lum ma'noda kiyinchiliklar vujudga keladi. Mexmonxona xo'jaligi biznesida 45% ishchilar yangi ishni ishga joylashgandan keyin uch oydan so'ng tashlab ketadilar, 15% ishchi esa birinchi oydan keyinroq yangi ishni tashlab ketadilar. Ushbu jarayon ba'zida kirish krizisi deb ataladi va bu kompaniya uchun qimmatga tushadi xamda tashkilotning ma'naviy muxiti, xodimlarning ishlashga bo'lgan xoxishi va bularga mos ravishda mijozlar talablarining qoniqish darajasiga ta'sir etadi.

3.5. Mexmonxonalarni tavsiflovchi belgilar

Odatda mexmonxonalarning xar xil binolari va xonalari ma'lum funkstional belgilariga qarab guruxlanadi. Bunday belgilar mexmonxonalarning binolari va xonalari o'rtasida sanitariya-gigiena va yonfin xavfsizligi talablariga javob beruvchi, mexmonxonadan foydalanishning qulayligini va unda yashashning shinamligini oshiruvchi qat'iy texnologik aloqalarni tashkil etish imkonini beradi. Turli binolar va xonalarning o'zaro aloqasini to'fri tashkil etishning qiyinligi shundaki, mexmonxonada yashovchi odamlar murakkab kompleks organizmning kundalik mexnatini ko'rmasliklari, balki faqat bu mexnat natijalaridan baxramand bo'lishlari kerak.

Mexmonxonaning shinamlik darajasi qancha yuqori va sirimi qancha katta bo'lsa, uning tarkibiga shuncha ko'p xar xil xonalar va binolar kiradi va u shuncha murakkab funkstional tuzilmaga ega bo'ladi.

Jaxon mexmonxonalarni loyixalash va qurish amaliyotida ularni tashkil etishning xar xil funkstional sxemalari qo'llanadi. Ammo bu sxemalarning barchasi mexmonxonalarda sodir bo'luvchi murakkab texnologik jarayonlardan kelib chikib tuziladi. Mexmonxona korxonasi aniq va kat'iy ishlashi uchun yukorida zikr etilgan jarayonlarning talablariga rioya qilish zarur. Ayni vaktda, mexmonxonalarning ichki faoliyatini tashkil etish prinstiplarida umumiy jixatlar xam bisyor, chunki mexmonxonalardagi binolar va xonalarning asosiy guruxlari taxminan bir xil. Shu bois xar xil sirimli mexmonxonalarni funkstional tashkil etishning prinstipial sxemalarini ishlab chikish mumkin.

Binoga kirish joylarining mikdori mexmonxonani funkstional tashkil etish uchun muxim axamiyatga ega. Katta sirimli va shinamlik darajasi yukori bo'lgan mexmonxonalar odatda 3-4 ta kirish joyiga ega bo'ladi:

- asosan mijozlar va boshqa mexmonlar foydalanuvchi *asosiy kirish joyi* (zamonaviy mexmonxonalarda bu kirish joyining usti avtomashinadan tushib binoga kirishni ta'minlovchi soyabon bilan to'silgan bo'ladi);
- asosan shaxarliklar foydalanuvchi *umumiy ovqatlanish korxonalariga kirish joyi*;
- mexmonxona va ovqatlanish bloki *xodimlari uchun mo'ljallangan bir yoki bir nechta kirish joylari*;
- mexmonlar bagajini olib kirish va olib chikishga mo'ljallangan *maxsus kirish joyi*.

Bundan tashqari, mexmonxonaning xo'jalik maqsadlari uchun mo'ljallangan xovlisida yuklash-yuk tushirish maydonchasi (debarkader) bo'lishi kerak. Bu xovli orqali mexmonxonaga toza choyshab, mebel, xar xil ashyolar, muxandislik uskunalari, umumiy ovqatlanish korxonalari uchun xom ashyo va maxsulotlar olib kelinadi, shuningdek,, mexmonxonadan kir choyshablar, oziq-ovqat maxsulotlari chikindilari, bo'sh idishlar, axlat olib ketiladi. Respublikamizda amalda bo'lgan sanitariya-gigiena talablariga muvofiq, toza choyshab va maxsulotlarni tushirish kir choyshab, oziq-ovqat maxsulotlari chikindilari va axlatni yuklashdan aloxida joyda amalga oshirilishi lozim. Yirik shaxarlarda, ba'zan kurortlarda joylashgan

zamonaviy mexmonxonalarda xo'jalik maqsadlari uchun mo'ljallangan xovli ko'pincha usti berk qilib quriladi va binoning poypesh yoki erto'la qavatida joylashtiriladi. Bunday xovli puxta rejalashtirilib qurilgan xollarda xovliga kiruvchi va undan chikuvchi avtomashinalarning marshrutlari mos kelmaydi va kesishmaydi.

Kichik sirimli mexmonxonalarda ba'zan ikkita kirish joyi: asosiy kirish joyi va maishiy xizmat ko'rsatish xonalariga kirish joyi, shuningdek,, xo'jalik maqsadlari uchun mo'ljallangan xovlida yuklash va yuk tushirish maydonchasi qurish bilan kifoyalanadilar.

Mexmonxonalarning xar xil binolari va xonolari o'z funkstional vazifasiga qarab mexmonxonaning turar-joy, umumiy va xizmat ko'rsatish-xo'jalik qismlariga birlashtiriladi. Bu qismlar xar xil joylashtirilishi xisobiga mexmonxonalarning xajm va maydon tuzilishi xam xar xil bo'ladi. Mexmonxonalarni loyixalash va qurish amaliyotida bir nechta shunday tuzilishlar yuzaga kelgan. Quyida ularning asosiylarini ko'rib chikamiz.

Joylashgan eriga qarab, mexmonxonalarning quyidagi turlarini ajratish mumkin:

- shaxar markazidagi mexmonxonalar;
- yo'l chetidagi, qoida tariqasida, kam qavatli, usti ochiq avtoqo'nalrali mexmonxonalar;
- shaxar chetidagi va aeroportlardagi mexmonxonalar;
- suzib yuruvchi mexmonxonalar – dengiz, daryo yoki ko'l qirfori yaqinida turistlarni joylashtirish va ular dam olishi uchun mexmonxona tarzida jixozlangan suzish vositalari. Zarur xolda bunday mexmonxona turistlar bilan birga suv bo'ylab boshqa qo'nalruga ko'chirilishi mumkin.

Ko'rsatiladigan xizmatlar darajasi, assortimenti va baxosiga qarab, mexmonxonalar bir necha turga bo'linadi:

- arzon mexmonxonalar yoki ko'rsatiladigan xizmatlar miqdori cheklangan mexmonxonalar (bunday mexmonxonalar qoshida ovkatlanish korxonalari bo'lishi shart emas);

- «lyuks» mexmonxonalar – alohida loyixaga ko'ra qurilgan, mebeli sifatining yuqoriligi bilan ajralib turuvchi, xonalari yaxshi jixozlangan, qoida tarikasida, xizmat ko'rsatuvchi xodimlari miqdori nomerlari soniga nisbatan ko'prok bo'lgan mexmonxonalar.

Mexmonxonalarni shuningdek,, ularda xarakat vositalari (transport)ning mavjudligiga, mulk shakliga (munistipal, davlat, xususiy, ijaraga olingan va x.k.) qarab ham tasniflash mumkin.

3.6. Mexmonxonalarning funkstional vazifasi

Mexmonxona – bu butun kun davomida murakkab texnologik jarayon sodir bo'luvchi bino (yoki binolar majmui) bo'lib, unda mijozlarga nomerlar (yoki nomerlardagi joylar) berilishi, shuningdek,, mexmonxona maxsulidan shinam, qulay va xavfsiz foydalanishga yo'naltirilgan qo'shimcha xizmatlar ko'rsatilishi kafolatlanadi.

Zamonaviy mexmonxona faqat yashash joyi bo'lib xizmat qilmaydi. Ko'pincha nomerlar fondining bir qismidan firmalar va muassasalarning ofislari, vaqtinchalik vakolatxonalari sifatida ham foydalaniladi.

Mexmonxonalarda bugungi kunda xar xil mijozlar:

- turli anjumanlar, kongresslar, simpoziumlar, yarmarkalarning ishtirokchilari;
- musobaqalar, tanlovlarning ishtirokchilari;
- xizmat bo'yicha, davolanish, dam olish uchun tashrif buyurgan alohida fuqarolar;
- davlat doirasida ma'lum marshrut bo'yicha ketayotgan, chet eldan kelgan turistlar va x.k. joylashtiriladi.

Mijozlar extiyojidan kelib chikib, mexmonxonalar xar xil funkstional vazifalarni bajaradi va ularga xar xil talablar qo'yiladi. Bunday mexmonxonalarda mijozlar bilan ishlash ular bo'ysunuvchi idoralar raxbariyati tomonidan tasdiqlangan mexmonxona xizmatlari ko'rsatish qoidalariga asosan amalga oshiriladi. Ammo mazkur mexmonxonalarda amal qiluvchi qoidalarning birorta

xam bandi O'zbekiston Respublikasining mexmonxona biznesini tashkil etish bo'yicha qonun hujjatlariga zid bo'lmasligi kerak. Functional vazifasiga qarab mexmonxonalar:

- ishbilarmonlar uchun – umumiy tipda, idoraviy, yirilishlar, kengashlar va x.k. uchun;
- dam olish uchun mexmonxonalar – turistik, kurort mexmonxonalari, avtoturistlar uchun, motellar, kempinglar;
- mexmonxonalarning maxsus turlari – tranzit yo'lovchilar uchun, sportchilar uchun va boshqalar uchun quriladi.

Mamlakatimizda asosan ma'lum ish yuzasidan nisbatan kiska muddatga keluvchi odamlarga, shuningdek, xar xil maksadda sayoxat qilayotgan fuqarolarga mo'ljallangan umumiy tipdagi mexmonxonalar ayniksa keng tarqalgan. Bunday mexmonxonalar shaxarning markaziy qismida, jamoat, ma'muriy, savdo markazlari yaqinida joylashadi va shaxarning turli tumanlari bilan yaxshi transport aloqasini nazarda tutadi. Mazkur mexmonxonalar odatda maxsus ko'kalamzorlashtirilmagan nisbatan kichkina er maydonlariga ega bo'ladi. Belgilangan normalarga ko'ra, er maydoni hajmi mexmonxona sifatiga qarab bir joyga 15-55 m ni tashkil etadi.

Umumiy tipdagi mexmonxonalarning nomerlar fondi asosan bir, ikki o'rinli va ko'pincha uch o'rinli nomerlardan tashkil topadi. Bu nomerlarda, qoida tariqasida, ishlash uchun joy mavjud bo'ladi. Bir qancha mexmonxonalarda bir o'rinli nomerlar miqdori nomerlar fondining 40-50% ni tashkil etadi. Mexmonxonalarda aloqa bo'limi, ayrim xollarda – bank bo'limi ishlab turadi, muzokara va yirilishlar o'tkazish uchun aloxida joylar nazarda tutiladi.

Idoraviy mexmonxonalar umumiy tipdagi mexmonxonalarning bir turi xisoblanadi. Bunday mexmonxonalar asosan ma'lum idora, muassasa yoki korxonaga ish yuzasidan tashrif buyurgan odamlar yashashi uchun mo'ljallanadi. Idoraviy mexmonxonalar tegishli idora yaqinida yoki jamoat transporti yaxshi qatnaydigan joyda quriladi. Bunday mexmonxonalarda umumiy xonalar to'plami

ko'pincha ancha cheklangan, o'zi xizmat ko'rsatuvchi korxona turiga va undagi umumiy ahamiyatga molik xonalar tarkibiga bo'flik bo'ladi.

Chet elda **anjumanlar uchun mo'ljallangan maxsus mexmonxonalar** kurish keng tarkalgan. Bunday mexmonxonalar odatda «kongress-otel» yoki «konferenst-otel» deb nomlanadi. Chet elda shuningdek,, ishbilarmonlar uchun xam maxsus mexmonxonalar – «biznes-otellar» quriladi. Odatda bu mexmonxonalarning shinamlik darajasi juda yukori bo'ladi. Ularda kongresslar o'tkazish uchun zallar, majlislar, konferenstiyalar, simpoziumlar uchun aloxida joylar, xar xil turdagi restoranlar, aloqa va bank bo'limlari, teletayp, teleks, basseynlar, saunalar, kegelbanlar faoliyat ko'rsatadi.

Ishbilarmon odamlar uchun mo'ljallangan mexmonxonalarda kichik majlislar, savdo operastiyalari o'tkazish, maxsulotlarning namunalari ko'rgazmalarini tashkil etish, firmalarning vakolatxonalarini joylashtirish uchun mo'ljallangan joylar, ayrim xollarda transformastiya qilinadigan – ularda kelgan odamlarni qabul qilish, kichik muzokaralar o'tkazish imkonini beradigan nomerlar xam nazarda tutiladi.

Xulosa

Turizmning asosiy negizi bo'lgan mexmonxona xo'jaligini respublikamizda rivojlantirish juda muxim ahamiyatga egadir. Chunki turistlarning asosiy talabini mexmonxonalar qondiradi. Respublikamizda ushbu xo'jalikni rivojlantirishga katta e'tibor berilmokda. Ko'pincha chet el sarmoyasi xisobiga yangi mexmonxonalar qurilmokda, mavjudlari esa qaytadan ta'mirlanmokda. Shunday bo'lsa xam ko'pchilik mexmonxonalarda xizmat ko'rsatish darajasi pastrok, narxlar yukori, turistlarning dam olishlari uchun sharoitlar kam. Shuning uchun davlat tasarrufidagi mexmonxonalar akstionerlik jamiyatlariga aylantirilsa bizningcha maqsadga muvofiq bo'lardi. Chunki mexmonxonalarga menejer-kadrlarni tanlashda va turistlarni o'zlariga jalb qilishda ko'prok narsalarga e'tibor qaratgan bo'lardilar. Xozirda mamlakatimizga tashrif buyurayotgan turistlar soni yildan yilga oshmokda. Bu yanada mexmonxona xo'jaligiga bo'lgan exhtiyojni ko'paytiradi.

Nazorat savollari

1. Mexmonxona nima?
2. Mexmonxona turlari nechtaga bo'linadi?
3. Motel va kempinglar qanday vazifani bajaradi?
4. Mexmonxonalarda menejerlarning vazifalari nimalardan iborat?
5. Motivastiya nima?
6. Mexmonxonalarning boshqaruv strukturasi qanday tuziladi?
7. Mexmonxonalarda rejalashtirish bosqichlariga nimalar kiradi?
8. Mexmonxonalarda nazorat nima?
9. Zamonaviy mexmonxona xo'jaligi menejeri qanday bo'lishi kerak?
10. Mexmonxonalarda menejerlarning vazifalari nimalardan iborat?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar maxkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 "Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish haqidagi" qarori.
2. Yankevich V.S., Bezrukova N.L. Marketing v gostinichnoy industrii i turizme: - M. "Akademiya". 2005 g – s 178
3. Gostinichnoe i restorannoe delo, turizm: Sbornik normativnykh dokumentov. M. 2004 god.
4. Fillipovskiy E.E., Shmarova L.V. Ekonomika i organizatsiya gostinichnogo xozyaystva. - M. Finansy i statistika. 2005g.- 127s
5. Senin V.S., Denisenko A.V. Gostinichnyy biznes: klassifikatsiya gostinist i drugix sredstv razmesheniya: Uchebnoe posobie. - M.: Finansy i statistika, 2006 g. 144 s.
6. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003-46p
7. Internet saytlari.
www.interunion.ru – turistskie assostiastii

4.Bob. Turizmni rivojlantirishda transportning ahamiyati

- 4.1.Turistlarga transport xizmati ko'rsatish asoslari
- 4.2.Turistlarga xizmat ko'rsatishda transport samaradorligini aniqlash
- 4.3.Turistlarga xizmatni ko'rsatishda avtobuslardan foydalanish samaradorligi
- 4.4. Turistlarga xizmatni ko'rsatishda suvurtaning ahamiyati
- 4.5. Turistik suvurta va uning turlari
- 4.6. Sayoxat davomida turistlarning xayotiga ta'sir etuvchi omillar

4.1.Turistlarga transport xizmati ko'rsatish asoslari

Xozirgi vaktga kelib turizm xalk xo'jaligining asosiy tarmoqlaridan biri (neft sanoati va avtomobilsozlikdan keyin) bo'lib qoldi. Ba'zi davlatlar byudjetining asosiy (50% dan yuqori) qismini turizmdan keladigan daromad tashkil qilib, davlat iqtisodiyotini yuqori po'fonaga ko'tarishda muxim ahamiyatga ega. Xususan, O'zbekistonda xam turizmni rivojlantirishga katta ahamiyat berilmokda Turistlarga transport xizmatini ko'rsatish turizm industriyasining eng asosiy qismlaridan biri xisoblanadi. 1990 yillargacha ichki, xalqaro turizmga xizmat qiluvchi avtomobil,

daryo, dengiz, temir yo'l va aviastiya transportini o'z ichiga oluvchi yagona transport tizimi mavjud edi. Barcha turistik xizmatlar tuzilishidagi transport xizmati xissasining 40% dan ortiq qismini tashkil qilardi. Transport sayoxatlari turizmning mustaqil ko'rinishi sifatida qaraladi.

Transport sayoxati turli xil transport vositalaridan foydalanib, ishlab chiqilgan yo'nalishlar bo'yicha turistlar guruxlarining sayoxatidir. Transport sayoxatlari quyidagicha tasniflanadi, ya'ni: xarakatlanish yo'nalish (marshrut)i, foydalanilayotgan transport turi, yo'nalish trassasining qurilishi, Sayoxatning muddati, mavsumiylik va boshqalar bo'yicha.

Avtobus, xavo yo'li va temir yo'li vositasidagi sayoxatlar kengroq tarqalgan. Turistik transport sayoxatlari bir necha transport turlari orqali ya'ni temir yo'ldan avtobus (engil avtomobil); xavo yo'lidan avtobus va boshqa vositalarda amalga oshiriladi.

Mobil transporti turi sifatida avtobus va engil avtomobildan mustaqil yo'nalishlardagi kabi turistlarni aeroport (vokzal) dan mexmonxonaga yoki aksincha, olib borib quyishda keng foydalaniladi. Xar qanday turist o'z sayoxatini rejalashtirayotganda manzilga etib olish (etkazish) tezligi, sayoxat qulayligi (komforti), qiymati, yuklarini olib borish (ularning o'iriligini xisobga olgan xolda) imkoniyati; to'xtash joylari, ovqatlanish sharoitlari, shovqin darajasi, vibratsiya, dam olish va (tunash) uxlash jarayonlari, ekologik va albatta xavfsizlik kabi omillarni xisobga oladi. Ijobiy omillar qancha ko'p bo'lsa, shunchalik transport sayoxatining qiymati oshadi.

Xavo transportida sayoxat xam charter, xam reysli samolyotlar vositasida amalga oshiriladi. Xozirgi vaqtda xavo transportidan foydalanishda 400 dan ortiq aviakompaniyalar faoliyat olib bormoqda. O'zbekistonlik sayyoxlar TU-134, IL-62, «Boing», AN-24, AN-16 samolyotlaridan foydalanadilar. Turizm rivojlangan davlatlarda turistik maqsadlarda vertolyotlardan va boshqa xavo transporti vositalaridan: dirijabl, xavo sharlari, paraplanlar, delpalanlar va xokozolardan foydalaniladi. Samolyotdagi komfort sharoitlar, ovqatlanish va boshqa omillariga

ko'ra joylar quyidagi sinflarga bo'linadi: birinchi sinf (F), biznes sinf, iqtisodiy sinf (U), boshkalar.

Turistik maksadda xavo yo'llari orkali amalga oshiriladigan sayyoxatlar muntazam, mavsumiy va bir martalik ko'rinishlarda amalga oshiriladi. Milliy yoki aloxida aviakompaniyalarda turli xil ko'rinishdagi imtiyozlar joriy etilgan: ya'ni mavsumiy, korporativ, bolali yo'lovchilar, guruxlar, yosh oilalar va boshkalar uchun.

Ayniksa, JAYA (Jaxon Aviastiya yo'lovchilar assostiastiyasi), ETZ (Evropa turizm zanjiri) ning imtiyozli kartalari keng tarkalgan. Bunday kartalarga ega yo'lovchilar uchun ba'zi aviakompaniyalarning (DELTA, SAS) aviachiptalari uchun, dunyoning 4000 eng yaxshi mexmonxonalari to'lovi uchun, ijaraga olingan avtomobil to'lovi bo'yicha, (30% gacha), yo'qolgan chipta xujjatlarini qayta tiklash bo'yicha, aeroportlarda VIP xonalarida foydalanish, sufurta va boshqa imtiyozlar mavjud.

Suv yo'li bo'yicha turistlarning sayoxati 250, 300 va 400 yo'lovchiga mo'ljallangan yukori komfortga ega teploxodlarda amalga oshiriladi. Kayutalar bir o'rinli, ikki o'rinli, 3-4 o'rinli va lavozimga mo'ljallangan turlarga ajratilgan. Bunday sinfdagi teploxodlar dam olish va barcha komfort atributlarga ega: kayutalarda ko'lay yumshok mebel, kondistionerlar, mo'zlatgichlar minibarlar, restoran - barlar, sauna, musikali salonlar, video-kinozallar mavjud bo'ladi. Suvdagi turistik sayoxatlar va ekskursiyalar teploxodlardan tashqari daryo «tramvay» lari, yaxta, suv osti qayiklari, elkanlar, katamaran, qayiq, baydarka va boshkalarda amalga oshiriladi.

Temir yo'l transportidan turizmدا foydalanganda turistik sayoxatlar 12 ta yo'lovchi vagonlardan iborat bo'ladi, 2-3 vagon restoran, vagon-klubga ega bo'lgan maxsus xarakat rejimi va yo'nalishi bo'yicha xarakatlanuvchi turistik bo'limlarda amalga oshiriladi. Ko'pincha chet davlatlarda ekskursiya turistik transporti sifatida tramvay va uning retro-variantlari: trolleybus, qareti, dilishans va boshkalardan foydalaniladi.

4.2. Turistlarga xizmat ko'rsatishda transport samaradorligini aniqlash

Transport vositalari turistik kompaniyalarning o'z mulki bo'lmasdan, balki ulardan farkli ijara, lizing va xakazo asosida foydalaniladi. Ommaviy turistik transport sifatida asosan avtobusdan foydalaniladi. (1). Yukori komfortabelli turistik avtobuslar, shuningdek, uzoq mashrutlarda xam foydalaniladi (Toshkent-Moskva-Minsk-Varshava, Berlin-Parij). Bunday yo'nalishlarda turistlar uchun tungi dam olish otel yoki motellarda tashkil etiladi¹³.

Bir reys muddatidagi turistlar (N_r) soniga karab avtobus (avtomobil) ning reysdagi unumdorligini topishimiz mumkin (W_p):

$$W_p \approx \frac{N_p}{D_{cp} | (V_t * Z) + t_p} \text{ yo'lovchi (1);}$$

bu erda: D_{cp} - turning o'rtacha uzoqligi, km;

v_t - tekislik tezlik, km/ch;

Z - (yo'ldan unumli foydalanish koeffistenti (0,90-0,90)

t_p - reys vaqti (xarakat vaqti + to'xtash vaqti (yo'lovchilarni chikazish uchun) - tushirish vaqti + yo'nalishning oxirgi punktida to'xtab turish vaqti).

Zarur ma'lumotlarni bilgan xolda soatlik, sutkalik, oylik va yillik unumdorlikni xisoblash mumkin.

Ichki marshrutlarda turistik sayoxatlarni tashkil etish quyidagi tartibda amalga oshiriladi. Agar turistik kompaniyaning avtobusi yoki umuman shaxsiy transport vositalari bo'lmasa, ular avtotransport korxonalari bilan shartnoma tuzadilar. Shartnomada ijaraga beruvchi va ijarachining majburiyatlari; transportdan foydalanish predmeti; ijara muddati, ijara to'lovi tizimi (vaqtbay, unumdorlik km uchun kelishilgan va b.); o'zaro xisob-kitob tartibi; xaydovchi va ekskursavod bilan o'zaro munosabati; shartnomani amalga oshirishda

¹³ Улицкого М.П. Оценка стоимости транспортных средств: Учебник. метод. Пособие – М.: Финансы и статистика, 2005. 132 с.

tomonlarning javobgarligi, shu jumladan fors - major shartlari belgilab qo'yiladi. Marshrut pasporti yoki transport, turistik marshrutning kartochkasi yuqoridagi shartnomaning ajralmas muxim qismi hisoblanadi. Uzoq muddatli sayoxatlar uchun yumshoq o'rindikli, boshqariladigan kresloli, past shovqin va vibratsiya darajasi, iloji boricha ekonomik toza yoqilgi va boshqalarga ega bo'lgan yuqori komfortabelli avtobuslardan foydalanish kerak, shuningdek yana garderoab, xojatxona, bar, xolodilnik, oshxona va xokazolarga ega bo'lishi kerak. Avtobus mikroiklimiga talablar Davlat andozasi, sanitariya-gigienik me'yorlar va xalqaro standartlarga muvofiq qo'yiladi. Infratovush darajasi samoning istalgan nuqtasida 96 DB dan oshmasligi lozim. Avtobus o'rindiklari orasidagi masofa 80-85 sm bo'lishi lozim.

Avtobus yon oynalari 2 qavatli, determal qoplamali, tashqi muxit bilan salonning issiklik almashuvini kamaytiruvchi bo'lishi kerak. Bulardan tashqari, avtobus salonlarida individual yoruflik, termosda chuchuk suv saqlash, xojatxona, yuvinish xonasi, garderoab va bo'lishi bir necha monitorli televizor, videomagnitafon, radiotelefon va boshqa aloqa qulayliklari mavjud bo'lishi kerak.

Ichki marshrutlarda marshrutning uzoqligi, turistlar soni, marshrut kategoriyasi, komfort darajasi va boshqalarga ko'ra turli avtobuslardan foydalanishadi. 35-40 kishilik turistik guruxlar uchun "LAZ", "IKARUS", "TAM", "MERSEDES" va boshqa avtobuslarda xizmat ko'rsatiladi.

Xalqaro turistik sayoxatlarni amalga oshirish quyidagilarni o'z ichiga oladi: doimiy, mavsumiy, bir martali (buyurtma) marshrutlar xamda chet elga ketuvchi va chet eldan qaytib keluvchi turistlar uchun xizmat ko'rsatish.

4.1-jadval

Transport vositalari turlari

Transport vositalari turlari						
Baxolash mezonlari	daryo	dengiz da	temir yo'l vagonla ri	avtobuslar	engil avtom obillar	samol yot

1. Xarakat xavsizligi	7	5	6	4	5	7
2. Ekologik xavsizlik	6	6	9	8	2	1
3. Tashish narxi	1	1	1	8	10	5
4. Ekspluatastion tezlik	2	1	1	8	10	1
5. Tezlik darajasi	8	10	5	3	2	5
6. O'z xoxishi bilan yo'l yo'lakay to'xtash imkoniyati.	7	10	6	4	1	7
7. Yul xarakatida xavsizlikni ta'minlash.	6	6	7	7	6	8
8Joylashtirsh	1	2	6	4	6	10
9. Kapital xarajatlarni tejash.	2	1	5	8	10	2
10. Komfortabellik darajasi	8	10	2	4	6	6
Jami ball	48	52	48	58	58	52

Manba; Ulistkogo M.P. Ostenka stoimosti transportnyx sredstv. 2005g.

Doimiy marshrutlar uchun quyidagi shartlar majburiy hisoblanadi: marshrutning aniqligi, xarakatlanish jadvali, xarakatning muntazamligi, aniq punktlarda to'xtash. Doimiy xalqaro marshrutlarda xarakatlanish davlatlararo 2 tomonlama kelishuv asosida amalga oshiriladi, uchinchi davlat orqali tranzit esa transport bo'yicha Evropa iqtisodiy taftish ko'mitasi ruxsati bilan amalga oshiriladi.

1973 yil 1 martda Jeneva Konvenstiyasi doirasida «Yo'lovchi va yuklarni avtomobilda olib o'tish shartnomasi to'rrisidagi Konvenstiya» qabul qilingan. Turistik sayoxat davomida foydalanilayotgan avtobus xaydovchisi yo'lovchilarning birma-bir ismi, sharifi yozilgan ro'yxatga ega bo'lishi lozim.

Avtomobil transporti vositasida xalqaro tashishni tashkil etishda quyidagi masalalarni hal etish lozim:

- texnik yordam, remont va texnik xizmat ko'rsatish (yo'lda) ;
- bekatlar, yoqilg'i quyish shoxobchasi, dam olish, ovqatlanish, tibbiy xizmat ko'rsatishni tashkil etish;
- marshrut trassasida aloqani tashkil etish va x.k.

Yukchilik yoki sufurta kompaniyasi, sufurta javobgarligi shartnomasi yoki konunchiligida (nazarda tutilgan) belgilab ko'yilgan miqdorda, yo'lovchining sofliligiga zarar etkazganligi uchun; yukka zarar etishi yoki manzilga etkazilmaganligi uchun; yukning yo'qolganligi uchun va boshkalar bo'yicha javobgarlikni o'z zimmasiga oladi.

Jeneva Konvenstiyasiga binoan, har bir jabrlanuvchi uchun maksimal zararni qoplash summasi 350 ming tilla frankdan oshmasligi kerak.

Turistik transport sayoxatlari xalqaro miqyosda shuningdek, shaxsiy ijaraga olingan avtomobillarda amalga oshirilishi mumkin. Bunda sayoxat mustaqil erkin dastur yoki maqsadli marshrut bo'yicha amalga oshirilishi mumkin. Xayot uchun zarur barcha narsalar kompleksga ega bo'lgan pristepi avtomobil vositadagi guruhli turizm «karvon» deyiladi.

Avtoturistlarga xizmat ko'rsatishda quyidagi vositalar o'z faoliyatini amalga oshiradi;

- rodtel - fildirakdagi yo'l oteli (avtopoezd), bu erda yo'lovchi o'rinlaridan tashqari uxlash uchun joylar, shuningdek oshxona mavjud;
- kemping - avtoturistlar uchun lager, bu tunash yoki ozgina dam olish uchun xizmat qiladi;
- motel - bu (yo'lovchi) turist (uning avtomobili)ning (ma'lum) uzoq muddat istiqomat qilishi uchun mo'ljallangan mexmonxona. Motelda turistlar uchun quyidagi sharoitlar yaratilgan bo'lishi kerak: barcha qulayliklarga ega paket, texnik xizmat ko'rsatish shoxobchasi, avtomobil remonti va yoqilg'i quyish shoxobchasi va x.k.

Xalqaro turistik marshrutlarda yukori sifatli va yukori ekologik xarakterli «MERSEDES», «RENO», «VOLVA», «SETRA», «MAN-DAF» kabi chet el avtobuslaridan foydalanish maksadga muvofiq. Bu avtobuslar xalqaro andozalarga to'liq javob bera oladi.

4.3. Turistlarga xizmatni ko'rsatishda avtobuslardan foydalanish samaradorligi

Ichki marshrutlarda marshrutning uzoligi, turistlar soni, marshrut kategoriyasi, komfort darajasi va boshalarga ko'ra turli avtobuslardan foydalanishadi. 35-40 kishilik turistik gurular uchun "VOLVA", "IKARUS", "TAM", "MERSEDES" va bosha avtobuslarda xizmat ko'rsatiladi.

Xalqaro turistik sayoatlarni amalga oshirish uyidagilarni o'z ichiga oladi: doimiy, mavsumiy, bir martali (buyurtma) marshrutlar amda chet elga ketuvchi va chet eldan aytib keluvchi turistlar uchun xizmat ko'rsatish.

Doimiy marshrutlar uchun uyidagi shartlar majburiy isoblanadi: marshrutning aniligi, arakatlanish jadvali, arakatning muntazamligi, ani punktlarda to'xtash. Doimiy xalqaro marshrutlarda arakatlanish davlatlararo 2 tomonlama kelishuv asosida amalga oshiriladi, uchinchi davlat orali tranzit esa transport bo'yicha Evropa itisodiy taftish o'mitasi ruxsati bilan amalga oshiriladi.

1973 yil 1 martda Jeneva Konvensiyasi doirasida «Yo'lovchi va yuklarni avtomobilda olib o'tish shartnomasi to'risidagi Konvensiya» abul ilingan. Turistik sayoat davomida foydalanilayotgan avtobus aydovchisi yo'lovchilarning birma-bir ismi, sharifi yozilgan ro'yxatga ega bo'lishi lozim. Avtomobil transporti vositasida xalqaro tashishni tashkil etishda uyidagi masalalarni al etish lozim:

- texnik yordam, remont va texnik xizmat ko'rsatish (yo'lda) ;
- bekatlar, yoili uyish shoobchasi, dam olish, ovatlanish, tibbiy xizmat ko'rsatishni tashkil etish;
- marshrut trassasida aloani tashkil etish va .k.

Yukchilik yoki suurta kompaniyasi, suurta javobgarligi shartnomasi yoki onunchiligida (nazarda tutilgan) belgilab o'yilgan midorda, yo'lovchining soliiga

zarar etkazganligi uchun; yukka zarar etishi yoki manzilga etkazilmaganligi uchun; yukning yo'olganligi uchun va boshalar bo'yicha javobgarlikni o'z zimmasiga oladi.

Jeneva Konvensiyasiga binoan, ar bir jabrlanuvchi uchun maksimal zararni oplash summasi 350 ming tilla frankdan oshmasligi kerak.

Turistik transport sayoatlari xalaro miyosda shuningdek, shaxsiy ijaraga olingan avtomobillarda amalga oshirilishi mumkin. Bunda sayogat mustail erkin dastur yoki masadli marshrut bo'yicha amalga oshirilishi mumkin. ayot uchun zarur barcha narsalar kompleksga ega bo'lgan aravali avtomobil vositadagi guruli turizm «karvon» deyiladi.

Avtoturistlarga xizmat ko'rsatishda uyidagi vositalar o'z faoliyatini amalga oshiradi;

- rodtel - ildirakdagi yo'l o'teli (avtopoezd), bu erda yo'lovchi o'rinlaridan tashari uxlash uchun joylar, shuningdek oshxona mavjud;

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

- motel - bu (yo'lovchi) turist (uning avtomobili)ning (ma'lum) uzo muddat istiomat ilishi uchun mo'ljallangan memonxona. Motelda turistlar uchun uyidagi sharoitlar yaratilgan bo'lishi kerak: barcha ulayliklarga ega paket, texnik xizmat ko'rsatish shaobchasi, avtomobil remonti va yoili uyish shaobchasi va .k.

Xalaro turistik marshrutlarda yuori sifatli va yuori ekologik xarakterli «MERSEDES», «RENO», «VOLVA», «SETRA», «MAN-DAF» kabi chet el avtobuslaridan foydalanish masadga muvofi. Bu avtobuslar xalaro andozalarga to'li javob bera oladi.

4.4. Turistlarga xizmatni ko'rsatishda sufurtaning axamiyati

Sug`urta o`z moi'yati jiatidan faoliyatning aloida soasidir. Baxtsiz odisa, tabiiy ofat, ish bilan shug`ullangan kishilarning etiyot choralarini ko`rmaganligi va bosha sabablar tufayli ziyon ko`rilishi mumkin. Bu ilda ziyon ko`rilganda muofaza

ilishning ancha samarali va zarur shakli bor, bu - sug`urtadir. Sug`urta itisodiy munosabatlar tarkibiga kiradi amda maxsus mablag` fondini yaratish tadbirlarini o`z ichiga oladi. Mazkur mablag` fondidan esa turli voealar yuz berganda, agar bu voealar xususida sug`urta shartnomasida o`zaro kelishib olingan bo`linsa, etkazilgan zararining o`rnini oplash va ziyon ko`rgan tomonga yordam berish masadida foydalaniladi.

Ijtimoiy faollik va ish faoliyati g`oyatda avj olgan ozirgi sharoitda sug`urtaning zarurligiga shak - shuba yo`, chunki sug`urta turmush va faoliyatning turli jabalarida ro`y berayotgan zarar ko`rishlar o`rnini jadal oplashning eng ulay vositasidir. Masalan, bunday odisalar ishlab chiqarish jarayonida, masulotni tashish va undan foydalanishda, transportda baxtsiz odisalarga duch kelishda, turli xil tabiiy ofatlar oibatida ro`y berishi mumkin.

Sug`urta faoliyati maxsus onunlar vositasida ani belgilab ko`yiladi. Odatda sug`urta jarayonlari aktsiyadorlar kompaniyalari tomonidan amalga oshiriladi. Sug`urta shartnomaviy munosabat isoblanib, tomonlardan biri o`ziga etkazilgan zarar uchun shartnomaga ko`ra a undirib oladi. Sug`urta shartnomasi sug`urta iluvchi bilan sug`urta ilinuvchi o`rtasidagi bitim bo`lib, u sug`urta ilishning mazkur turi shartlariga muvofi ar ikki tomon o`rtasidagi majburiyatni tartibga solib turadi. Bosha shartnomalar kabi sug`urta shartnomasida am tomonlarning o`zaro roziligi va onuniy uuini ifodalovchi muayyan shartlar bo`lishi zarur.

Yuridik kuchga ega bo`lgan sug`urta shartnomasini tuzishdan avval, bosha amma shartnomalarda bo`lgani kabi o`yilgan shartlarni abul ilib, shartnoma tuzish aidagi taklifga berilgan rozili (ofert aktsepti) yoki sug`urta iluvchining taklifiga sug`urta ilinuvchining roziligi bo`lishi shart. Sug`urta kompaniyasining sug`urta shartnomasida nazarda tutilgan majburiyati u vakil ilgan agentning shu xususdagi og`zaki tasdig`i bilan darol kuchga kirishi mumkin, chunki bu agent odatda ishonch uuiga ega. Shartnoma memorandum shaklida agent tomonidan rasmiylashtiriladi, bu vatinchalik ujjat isoblanadi. Ana shu ujjatga ko`ra sug`urta kompaniyasi zimmasiga ujjat rasmiylashtirilishdan to sug`urta polisi (sug`urta ildirilganlik to`g`risidagi ujjat) berilishiga (yoki uni berishdan voz kechishga) adar

bo'lgan davr uchun sug'urta javobgarligi yuklatiladi. Bu xildagi memorandum vatinchalik sug'urta guvonomasi deb atalishi mumkin. Sug'urta ilishning bu bosichida sug'urta ilinuvchining og'zaki roziligi kifoyadir. Ammo, shunga aramay, sug'urta ilinuvchi ar olda keyinchalik biron - bir ishkal chimasligi uchun tegishli ujjat berilishini talab ilmog'i lozim. Sug'urta shartnomasi yozma ravishda bitilgan rasmiylashtirilgan bitim bo'lib, u sug'urta polisi deb ataladi. Sug'urta polisi ikki xil: iymati ko'rsatilgan polis yoki ochi polis bo'lishi mumkin. iymati ko'rsatilgan polisda sug'urta to'lovining ajmi va u aysi muddatda to'lanishi ani - ravshan ko'rsatiladi (agar shartnomada bosha shartlar o'yilmagan bo'lsa). Ochi polisda esa sug'urta shartlariga ko'ra sug'urta ai etkazilgan zarar isob - kitob ilinganidan so'ng to'lanishi ayd etiladi. iymati ko'rsatilgan polisga ayotni sug'urta ilish misol bo'lsa, ochi polisga esa avtomobillarni sug'urta ilish misol bo'la oladi.

Turli falokatli ollar sababli, sug'urtalash taklif etiladi. Sug'urtalangan shaxslarga bunday xollarda yordam ko'rsatiladi va arajatlarning ammasi yoki ayrim ismini sug'urta kompaniyasi o'z zimmasiga oladi. Rivojlangan mamlakatlarda yashaydigan kishilar o'z ayotlarini sug'urta iladilar. Rossiyada aoli tibbiy sug'urtaga ega. ozirgi kunda Rossiyaliklar faat Rossiya ududida tekin xizmatdan foydalanadilar. Bu imkoniyat faat Rossiya fuarosi uchundir. Xorijiy davlatlar fuarolari tibbiy xizmat doirasidagi kelishuvlarga arab davolanadilar. Masalan, Rossiyada Buyuk Britaniya fuarolari uchun va xorijga chiuvchi fuarolar uchun am kelishuvga asosan bunday imkoniyatlar bor. Bu sug'urta tibbiy xizmat arajatlarini to'satdan kasal bo'lganda, baxtsiz xodisaga uchraganda va ayotini to'li imoyalashda xizmat iladi.

Shuningdek, depozit sug'urta taklif ilinadi. Bu sayoatga ma'lum sababga ko'ra chia olmaslikda, viza olmaganda, yuk yo'olganda, shaxsiy pullar yoki kredit karta yo'olganda, gurudan olib ketilganda va bosha ollarda xizmat iladi. Turistlar uchun jaroatlanish yuori bo'lgan ollarda, masalan, tog' sportida, cho'l turizmida, suv osti va ustidagi turizmlarda aloida sug'urta turi ishlatiladi.

Turizm sug'urtasi majburiy emas. Agar turist borayotgan joyda bu narsa onun bilan belgilangan bo'lsa, unda bu sug'urtalar majburiy isoblanadi. Frantsiya,

Germaniya va AShda tibbiy xizmat sug`urtasi majburiy isoblanadi. Turistlar uchun va boshqa sug`urtalangan kishilar uchun alohida xalaro xizmati - emergency services lar mavjud. Bu xizmatga zarurat tug`ilganda telefon orali xabar beriladi va operator kimga va aerga murojaat etishni aytadi yoki avariya o`llarida operatorning o`zi kerakli joyga xabarni etkazadi.

Sug`urta xizmati keng taralgan Rossiyada birorta turist xoriyga sug`urtalashsiz chimaydi. Rivojlangan mamlakatlarda ayotni sug`urtalash oddiy olga aylangan.

4.5. Turistik su`urta va uning turlari

O`zbekiston Respublikasi "Turizm to`g`risida"gi onunining 20 - moddaci "Turistlarni sug`urta ilish", - deb nomlanib, unda: turistlarni sug`urta ilish majburiydir va u turistik faoliyat sub`ektlari tomonidan sug`urta faoliyati olib borish uuiga ega bo`lgan tegishli sug`urta tashkilotlari bilan tuziladigan bitimlar asosida amalga oshiriladi, - deyiladi.

Biror joyga yoki mamlakatga atnovchi turist maalliy aoliga araganda ko`pro noulay omillarga duch keladi. Shuning uchun avvalam bor turistning sog`lig`i sug`urtalanadi. Keyin esa mol - mulki sug`urtalanadi. Turistning bir kunlik turistik sug`urtasi o`rtacha bir yarim dollorga to`g`ri keladi. Dunyodagi turistlar soni taminan yarim milliard deb olinib, sayoat 5 - 7 kun davom etsa, turizmning sug`urtalash soasida aylanayotgan mablag`i ajmini baolash iyin emas. Turizm rivojlangan mamlakatlarda maxsus tezkor xizmat gurulari tashkil etilgan bo`lib, turistga biror kor ol bo`lsa u telefon orali o`zining shaxsiy nomerini aytadi va unga zarur bo`lgan yordam ko`rsatiladi. Turizm statistikasiga araganda, sug`urta to`lash olati ar bir 100 ta turistning bittasiga to`g`ri keladi. Shu o`rinda ta`kidlb o`tish kerakki, turistlar bilan ro`y bergan ar anday olatlar sug`urta kompaniyasi tomonidan tan olinmaydi va unga sug`urta puli berilmaydi.

ozirgi vatda turizm soasida sug`urta tizimi 10 dan orti sug`urta xizmatini taklif etadi. Shulardan eng muimlariga to`xtalib o`tamiz:

1. Shaxsiy sug`urta. Insonning ayoti, siat - salomatligi, menat obiliyati ana shu sug`urta munosabatlarining ob'ekti isoblanadi. Bunga uyidagilar kiradi:

- ayotni sug`urta ilish;
- baxtsiz xodisalardan sug`urta ilish;
- tibbiy arajatlar va kasallik yuzasidan sug`urta ilish.

2. Mol - mulkni sug`urta ilish. Turli xil moddiy boyliklar sug`urta munosabatlari ob'ektiga kiradi. Masalan:

- dengiz sug`urtasi, shu jumladan yuklarni, kemalarni va okazolarni sug`urta ilish;

- yong`indan va bosha xavf - xatardan (tabiiy ofatdan) sug`urta ilish;

- buzib kirish yo`li bilan o`g`irlik ilishdan, bosha yovuz niyat bilan yoki g`ayri onuniy yo`l bilan uchinchi shaxs tomonidan amalga oshirilgan arakatlardan sug`urta ilish;

- avtomobil transporti vositalarini sug`urta ilish;

- texnikaviy xavf - xatardan (urilish - montaj ishlaridagi va okazo xavf - xatardan) sug`urta ilish;

- oyna sinishidan sug`urta ilish amda sug`urtaning bu boradagi bosha maxsus turlari;

- ijara ishlarini sug`urta ilish amda sug`urtaning bu boradagi bosha turlari.

3. Mas'uliyatni sug`urta ilish. Etkazilgan zarar o`rnini oplash bo'yicha zimmaga olingan mas'uliyat bu sug`urta munosabatlarining ob'ekti isoblanadi.

Bunga uyidagilar kiradi:

- ish bilan ta'minlovchilarning mas'uliyatini sug`urta ilish;

- umumfuaro mas'uliyatini sug`urta ilish;

- avtomobil xo`jaligi soasida ishlovchi fuarolar mas'uliyatini sug`urta ilish;

- ishonch va kafillik mas'uliyatini sug`urta ilish.

Shuni am aytish kerakki, faat tijorat ishlarining o`zida 200 dan orti sug`urta turlari mavjuddir.

4.6. Sayoxat davomida turistlarning ayotiga ta'sir etuvchi omillar

Atrof muxit ta'siri - Atmosfera bosimining tushishi, yog`ingarchilik, avo namligi, avo aroratining yuoriligi yoki pastligi - atrof - muit ta'siri omillari isoblanadi.

Turni tashkil ilishda ulay faslni tanlash, turistik tadbirlarni amalga oshirish uchun ulay kunlarni, turistik yo`nalish uchun trassani masadga muvofi olda tanlash, ob - avo va shart - sharoitlarini isobga olish, yog`ingarchilikdan bekinish uchun joy bo`lishi kerak. Binolarni konditsioner, avtomatik nazorat va signalizatsiya bilan ta'minlash, yuzaga kelishi mumkin bo`lgan atar va utarish chora - tadbirlari aida turistlarni vati - vati bilan ogolantirish lozim.

Turistga berilgan ta'rifdan ma'lumki, u bosha bir joyga yoki mamlakatga sayoat iladi. Aynisa, eng atarli omillar turistning bosha ilim mintaasiga, ya'ni odatdagi yashash sharoitidan farli o`laro bosha joyga borishidan yuzaga keladi. Turistik sayoat isa bo`lganligi sababli, amma vat am turistning organizmi borgan erdagi ob - avo sharoitlariga o`rgana olmaydi.

Maalliy vatning to`g`ri kelmasligi sababli turist yaxshi uxlay olmaydi va o`zini yomon is iladi, ekskursiyalarda ma'lumotlarni yaxshi esda olib ola olmaydi va unga «izil ko`zlar» degan ta'rif am beriladi. Ob - avosi issi bo`lgan joyga borganda organizmga issi avo ta'sir iladi. Masalan, agar Isroilda yozda ma'lum bir midorda suv ichilmasa (kuniga 5 litrgacha), unda organizm suvsizlanadi va og`ir oibatlarga olib keladi.

Shuning uchun tur yaxshilab ishlab chiilishi va turistning jismoniy olatini isobga olishi, turistni orticha zo`ritirmaslik va unga joy sharoitlariga moslashish uchun ma'lum bir vat (va albatta dam) am berish kerak.

Jismoniy toliish, asabiy va ruxiy omillar

Turist 1000 ASh dollariga yo`llanma sotib olib, sarflagan puliga yarasha dam olishni olaydi. Lekin, kundalik ayotda es - ushi joyida bo`lgan odamlar kuniga byosh marta dengizda cho`milmaydi, sakramaydi va uncha ko`p yugurmaydi, issida ko`p soatli ekskursiyalarga ar kuni boravermaydi, ertalabgacha ashula aytib, rasga tushmaydi, ar - xil va o`rganilmagan ovatlar iste'mol ilmaydi. Ba'zan turizmda organizm zo`riadi, masalan, ko`p ekskursiyalar, toa chiish, dengiz va uzo

muddatli avtobus ekskursiyalari. Bular jismoniy jihatdan baxshvat odamlarga mo'ljallangan, ya'ni isha muddatli zo'riishlarni ko'tara oladigan odamlarga. arib olgan kishilar, yosh bolalar, sog'lig'i yomon bo'lgan, surunkali kasali bor odamlar, shuningdek balanddan o'radigan va dengiz chayalishini ko'tara olmaydiganlar shifokor bilan maslaatlashishi va etimol bu turdagi safar va turlarga borishdan bosh tortishi kerak bo'ladi. Ayrim turlarga turistlarni abul ilishda turistlardan sog'lomligi aida ma'lumotnoma talab ilinishi kerak.

Yo'nalishni tashkil ilishda odamlarning ma'lumot abul ilish obiliyatini isobga olish kerak, dam olish uchun ularga bo'sh vat berish va mustail o'zlari turistik resurslar bilan tanishishlarini ta'minlash kerak. Ishni, turistlarni joyga etkazish jadvalini va tadbirlarning ketma - ketligini ar bir soniyagacha yaxshilab rejalashtirish kerak.

Turistlarning bir me'yordagi ayot tarzini ta'minlash uchun zarur va etarli vat oralilarini obdon isobga olish kerak (masalan, uyu, ovatlanish, gigienik, maishiy va sanitar etiyojlar). Ekskursiya ishining og'irligini belgilashda turistlarning intellektual obiliyatini, turistlar guruining psixofizik tayyorgarligini, amda ularning an'analarni, urf - odatlarini, dinini isobga olish am muim o'rin tutadi.

Biologik omillar

Yuumli kasalliklar va ovatdan zaxarlanish - juda xavfli isoblanadi. Tropik ilim mintaasida joylashgan mamlakatlarda taralgan yuumli kasalliklarga arshi bosha ilim mintaasidan kelgan turistlarning bu erda taralgan xavfli yuumli kasalliklarga arshi immuniteti etarli bulmaydi. Sari kasal, bezgak, tif va bosha kasalliklarni yutirib olish xavfi vujudga keladi. Buning oldini olish uchun ar - xil profilaktik tadbirlar o'tkaziladi, turistlarni emlash va maxsus shifokor rusatnomasini olishi zarur bo'ladi. Bunday rusatnomasiz mamlakatga kiritilmaydi (ba'zi ollarda ularga aviachipta am sotilmaydi). Bunday talablar ko'pro Afrika, Janubiy Amerika va Janubiy Osiyo mamlakatlariga borilganda juda muim isoblanadi. Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, yuumli ududlar xaritasida, sari kasalligini yutirib olish xavfi bor davlatlar jumlasiga Gretsiya kiritilgan, xolera kasalligi bor xududlarga Povolje va Odessa ududi kiritilgan. Turistlarga umumiy

ovatlanish muassasalaridan tasharidagi ozi - ovat, maalliy savdo shaobchalaridan sotib olingan, ishlov berilmagan, om masulotlarni va aynisa ko`chada sotiladigan ozi - ovat masulotlarini eyish tavsiya etilmaydi. Ovatdan zaxarlanish oibati - odatda juda am og`ir bo`ladi.

asharotlarning, atarli ayvonlarning chaishi - xavfni yuzaga keltiradi. Bu xavf aoli yashash joyidan tashariga - changalzorlar, o`rmonlarga uyushtirilgan ekskursiyalarga borilganda yanada yomon oibatlarga olib keladi. Ob - avosi issi mamlakatlarda suv avzalarida cho`milish mumkin emas, plyajda xatarli infektsiyani yutirib olish mumkin.

Shaxsiy xavfsizlik va xavfsizlik buyumlari

Turistlarga o`g`rilarning tajovuz ilish ollari tez - tez uchrab turadi. Ular firibgarlarning, ko`cha va cho`ntak o`g`rilarining diat markazida bo`lishadi. Shuningdek, turistlar terroristlar uchun ulay xujum ilish ob`ektlari isoblanadilar.

Rio - de - Janeyro (Braziliya)da palitsiya vakillari turistlarga ularning vazifalari ro`yxatini tadim etadi. Bu ro`yxatda: turistlarga yolg`iz sayr etish, o`rilanayotgan plyaj va ududlardan ikki kvartal uzoa ketish, taincholar taish (uzuklar, ziraklar, zanjirlar), ko`p pul olib yurish, pulni memonxona xonasida oldirish, sumkalarni erga o`yish, fotoapparat va videokameralarni stolga o`yish tavsiya etilmaydi.

1998 - yili rus turistlaridan eng zamonaviy shovinli plyajda o`g`rilar 400 ASh dollarini olib o`yishgan. Bosha bir olatni oladigan bo`lsak, memonxonaga kirayotgan turistning o`lidan videokamerasini bir o`g`ri olib o`yadi, turist arshili ko`rsatganida, uni pistolyotda otib o`yadi va ko`zdan g`oyib bo`ladi.

Ispaniyada turistlar mavsumi kelganda, o`g`rilar turistlarni talashadi. Turistlar O`rta Er dengizi atrofida joylashgan kurortlarga borishganda, ular kredit karta yoki yo`l chiptalaridan foydalanishmaydi, balki o`zlari bilan katta midorda nakd pul olib borishadi. Shuning uchun am bu erda memonxonalarni tunash keng yoyilgan.

Rossiyada am bunday ishlar bo`lib turadi. atto shaarlarning markazlarida am turistlar to`la xavfsizlikda bo`lmaydi. Butunjaon yo`l ko`rsatgichi (WORD

TRAVEL GUIDE 96-97 COLUMBUS PRESS LONDON nashriyoti) da uyidagicha yozilgan:

Moskva va Sankt - Peterburgning markaziy ko'chalarida yosh o'smirlar gurui turistlarning pulini va fotoapparitini olib o'yishadi, poezdlarda yukni o'rindi tagiga yashirish tavsiya etiladi, aks olda ular yuklarini o'g'irlatib o'yishlari mumkin. 1998 - yil Sankt - Peterburg - Tallin yo'nalishidagi poezdda kechurun yopilgan kup'eda yuori sifatli fincha diplomat o'g'irlanadi. Chexiya rus turistlarining talanishi aida ommaviy axborot vositasidan foydalanadi.

Terroristlar o'zlarining arakatlari uchun turistlar guruini, aloida turistlarni va transport vositalari (samolyot, avtobus)ni tanlashadi. Rossiyada 1996 - yili koreys turistlaridan iborat avtobus Moskva Kreml devori yonida terroristlar tomonidan o'lga olinadi va butun dunyo 9 soat davomida garovga olinganlarni utarish uchun ilingan mardlarcha arakatlar aida reportajlarni televizorda kuzatishgan. Yashiyamki, amma garovga olinganlar utariladi.

ar bir turistga o'richi yollab bo'lmaydi, lekin xavf aida ogolantirish, jamoat joylarida o'zini tutish oidalari, transport vositalarida pasport, pullar va immatli narsalarni salash oidalari, xatar yuz bergan ollarda ilinadigan sug'urta xizmatlarining mavjudligi ko'pgina ko'ngilbuzarliklarni oldini oladi.

Xatarli nurlanish va kimyoviy omillar

Ultrabinafsha nurlanishi, radioaktivlik darajasining yuori bo'lishi - juda am ko'p uchraydigan omillar isoblanadi. Ultrabinafsha nurlanish xavfi bor ollarda (uyoshdan kuyish, issi urishi) turistlarni ogolantirish kerak amda ularga xatarli ududga borishganda shaxsiy imoya vositalari (uyosh nuriga arshi ko'z oynaklar, imoyalovchi krem, maz va kiyimlar)ni ishlatish tavsiya etiladi. Bu tog'larga uyushtirilgan safarlarda, tog' - chang'i va suv sayoxatida am keng taralgan.

Radiatsiya darajasi yuori bo'lgan ududlarga turistik yo'nalishlarni uyushtirish mumkin emas. Yaponiyalik ko'pgina turistlar doimo o'zlari bilan radiatsiya darajasini ko'rsatuvchi maxsus datchiklar olib yurishadi va radiatsiya darajasini yuoriligini sezishsa, turistik yo'nalishlarni to'xtatishlari am mumkin.

Joylarning inson organizmiga ta'sir iluvchi kimyoviy omillari am bo'ladi (masalan, zaxarlovchi, og'ri paydo iluvchi). Yo'nalishni tashkil ilish vatida bunday omillar bor yo'ligini tekshirish kerak. Suv tarkibida, aynisa, ichimlik suvi tarkibida, avo, tupro, ozi - ovat masulotlari tarkibidagi zararli moddalar ustidan nazorat o'rnatish kerak. Shuningdek, kimyoviy ta'siri past bo'lgan yo'nalish trassalarini, yo'lda dam olish joylarini, uxlash uchun joylarni, ovatlanish uchun va dam olish joylarini tanlash masadga muvofidir. Joylarda dezinfektsiya ishlarini o'llash kerak.

Yong'in xavfi

urilish me'yorlari va oidalariga doimo rioya ilish kerak. Shuningdek, turistlarning imoyasi uchun ob'ekt va muassasalarda yong'in xavfining oldini oladigan o'llanmalarga am e'tibor berilsa, masadga muvofi bo'lar edi.

Tashish bosichidagi xavf va xatarlar

Sayoatda turistlarni tashish juda am xatarli bo'lgan bosich isoblanadi, chunki transport vositalari juda katta xatar manbalaridir. Tashish turlarining ammasida xavfsizlik eng asosiy masala bo'lishiga aramasdan, noxush odisalarning ko'pi tashish bosichida sodir bo'ladi. Avtobuslarning avariya uchrashti, temir yo'l poezdlarini (eng zamonaviy liniyalar am) relslardan chiib ketishi (1998 - yili Germaniyada yuori tezlik bilan arakat iladigan poezd relsdan chiib ketgan va bu og'ir oibatlariga olib kelgan. 2006 - yilning avgust oyida Misrda bir - biriga arama - arshi yo'lga chian poezdlarning to'nash kelishi natijasida yuzlab odamlar vafot etdi va jaroxatlandi), dengiz kemalarining cho'kishi, amma markadagi samolyotlarning erga yoki dengizga ulashi mumkin. Texnik yoki tabiiy nosozliklar falokatlarini keltirib chilaradi, lekin bunday ollar terroristlarning ishi deb belgilanmaydi. ar afta butun jaon juda am ayanchli odisalar bilan birga o'n va o'ndan orti odamlar o'limi bilan tugayotgan falokatlarini eshitib larzaga keladi. Lekin, bunday odisalar tashish ajmining kam foizini tashkil etadi. Agar bunday bo'lmaganda ech kim biror bir erga bormasdi, xavfdan o'rib uyda o'tirar edi. Bundan tashari, ar bir turist sayoatga otlanayotganda, albatta, u bilan ech narsa sodir bo'lmaydi, - deb isoblaydi.

ar bir transport turida yo'lovchilarni tashish oidalari mavjud va shu bilan birga yo'lovchi va ularning yuklarini sug'urtalovchi institutlar tashkil etilgan. avo va dengiz, avtomobil va temir yo'llarida tashish aida Butunjaon Konventsiyasi abul ilingan. Bunda xavfsizlik oidalari asosiy o'rinni egallaydi.

Belgilangan koidalarni turistlar tomonidan buzilishi

Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, turistlar o'rnatilgan oidallarni buzishadi va buning natijasida yomon vaziyatlarga tushib olishadi. Ekskursiyalarda e'tiborsizlik tufayli gurudan olib ketishadi, xatarli parvozlarda ishtirok etadilar, to'lin kuchli bo'lgan ollarda am dengizda cho'milishadi. Turistlarga bir o'zlari yoki yo'l ko'rsatuvchisiz borish tavsiya etilmagan ududlarga, ko'ngil ochar muassasalarga borishadi, maalliy aoli bilan muomilada bo'lishadi va turli kasalliklarni yutirib olishadi.

Xulosa

Turistlarni tashishda asosiy vositalardan biri bo'lgan transport vositalari muxim rol o'ynaydi. Chunki transport tizimi qanchalik yaxshi yo'lga ko'yilgan bo'lsa turistlarning dam olishlari va sayyoxat qilishlari shunchalik qulay bo'ladi. Xozirda Respublikamiz turizmida xam zamonaviy transportlardan keng foydalanilmokda. O'zbekistondagi turistik korxonalarda qulay va komfort avtodor va mikro avtodorlardan keng foydalanilmokda. Bir davlatdan 2-chi davlatga borishlari uchun charter reyslar ochilgan. Faqat viloyatlardagi turistik korxonalarda xam turistik vositalar yaxshi yo'lga ko'yilsa turistlarning ushbu shaxarlarni ziyorat qilishlariga keng imkoniyatlar yaratiladi.

Nazorat savollari

1. Turizmدا transport sayoxati nima?
2. Transport sayoxatlari kandaу tasniflanadi?
3. Turizmда keng tarkalgan transport turlari?
4. Turistik aviastiya sayoxatlari kandaу amalga oshiriladi?

5. Xalqaro turistik yo'nalishlarni amalga oshirishda qaysi avtobus turlaridan keng foydalaniladi?
6. Turistlarni tashishda temir yo'l transportining ahamiyati qanday?
7. Turizmدا karavaning nima?
8. Turizmدا rotdel nima?
9. Turistik avtobuslarda infratovush darajasi qanday bo'lishi kerak?
10. Avtobus o'rindiklari orasidagi masofa necha sm bo'lishi lozim?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar maxkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 "Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish haqidagi" qarori.
2. Ulistkogo M.P. Ostenka stoimosti transportnyx sredstv: Uchebnik. metod. Posobie – M.: Finansy i statistika, 2005. 304 s.
3. Jukova. M.J., Menedjement v turistskom biznese. Uchebnaya posobie. –M. Finansy i statistika, 2005 -288str.
6. Internet saytlari.
www.world-tourism.org – Vsemirnaya turistskaya organizastiya
www.e-tours.ru – delovye turы, vystavki, konferenstii

5. Bob. Turistik yo'nalishlarni shakllantirish

- 5.1. Turistik yo'nalishlarning asosiy tushuncha va tamoyillari
- 5.2. Turistik yo'nalishlarning turlari
- 5.3. Turistik yo'nalishlarni ishlab chiqish va turlarni rejalashtirish
- 5.4. Turistik yo'nalishlarni mexmonxonalarda tashtil etish tartibi
- 5.5. O'zbekistonda turistik yo'nalishlar bo'yicha marketing tadqiqotlari o'tkazish va takomillashtirish
- 5.6. Ekologik turistik yo'nalishlarni shakllantirish

5.1. Turistik yo'nalishlarning asosiy tushuncha va tamoyillari

Yo'nalishlar, turlar, ekskursiya dasturlarini shakllantirish, asosiy, qo'shimcha va yo'ldosh xizmatlar ko'rsatish turistik xizmat ko'rsatish

texnologiyasini tashkil etadi, ya'ni bu turistik xizmatga bo'lgan ehtiyojni kondirish uchun muayyan turistik maxsulotni shakllantirish demak. Yo'nalish – bu:

- sayoxat paytida turist tashrif buyuradigan barcha jo'rofiy joylar belgilangan, yo'nalishda to'xtash joylari o'rtasida xarakatlanish uchun turist foydalanadigan transport turlari ko'rsatilgan xarakat yo'nalishi;
- turist o'ziga belgilangan xizmatlar ko'rsatish dasturiga muvofiq ma'lum vaqt mobaynida xarakatlanuvchi oldindan rejalashtirilgan trassa;
- muayyan xududga va aloxida ob'ektlarga bo'lgan, turli darajadagi mufassallik bilan tavsiflangan va grafik tarzida ifodalangan safar, sayoxat trassasi.

Turistik yo'nalishlar – turistlarga ko'rsatiladigan xizmatlarning asosiy turlaridan biri. Turistik tashkilotlar yo'nalishlarni oldindan ishlab chikadi, ularga ma'lum xizmatlar (ovqatlanish, yashash, ekskursiyalar, sport va dam olish tadbirlari, turistlarni transportda tashish va b.) kompleksini kiritadi va shu tariqa turistik yo'nalishlarni shakllantiradi. Biroq, safar joyini aniqlamasdan turib turistik yo'nalishni sotish mumkin emas. Yo'nalish tuzilganidan keyin xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar bilan shartnomalar tuziladi. “Xizmatlar ko'rsatish zanjiri” xosil bo'lishi uchun ularni muayyan muddatlarga bo'lash lozim. Mana shu “xizmatlar ko'rsatish zanjiri” turizmga tur deb ataladi¹⁴.

Turistik yo'nalish yoki sayoxatning qisqacha tavsifi – **kroki** (rasmlar, xaritalar, sxemalar, ob'ektlarning matnli tavsifi). Sayoxatchi faoliyatining mohiyati - sayoxat xaqidagi qaydlar – sayoxat jarayonida kelgusida xotira sifatida yoki mazkur yo'nalishni takrorlashda qo'llanma tarzida foydalanish uchun yoki shu yo'nalish bo'ylab sayoxat qiladigan yoki mazkur ob'ektlarga tashrif buyuradigan boshqa turistlar va sayoxatchilar uchun tuzilgan turistik yo'nalish yoki sayoxatning qisqacha tavsifi.

Sayoxat boshlangan va yakunlangan joylar yo'nalishning dastlabki va oxirgi nuqtasi xisoblanadi. Yo'nalishning boshi – turistga shartnomada nazarda tutilgan birinchi turistik xizmat ko'rsatiladigan joy. Yo'nalishning oxiri – turistga oxirgi

¹⁴ Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар Туризмни режалаштириш. Тошкент, 2005 - 676.

turistik xizmat ko'rsatiladigan joy. Turistik yo'nalishlar turli belgilarga ko'ra tasniflanadi¹⁵.

5.2. Turistik yo'nalishlarning turlari

1. Turlarga ko'ra quyidagi yo'nalishlar farqlanadi:

- tematik yo'nalishlar – dasturida ekskursiya xizmatlari ko'rsatish va muayyan mavzuda ma'rifiy mashg'ulotlar o'tkazish (muzeylarga kirish, xalq bayramlarida ishtirok etish, til o'rganish va x.k.) asosiy o'rinni egallagan turlar;
- kurort-soflomlashtirish yo'nalishlari – dasturida dam olish va soflomlashtirish tadbirlari (kurortda davolash, profilaktik davolash, dengiz bo'yida dam olish, fitoprosteduralar va x.k.) asosiy o'rinni egallagan turlar;
- sport yo'nalishlari – dasturida sport tadbirlari yoki faol xarakatlanish usullari (safarlar va sayrlar, tof chanfisida uchish, veloturlar, rafting, sarguzashtli ekspeditsiyalar va b.) asosiy o'rinni egallagan turlar;
- aralash yo'nalishlar – xizmat ko'rsatish dasturidan yuqorida zikr etilgan barcha yo'nalishlarning unsurlari o'rin olgan yo'nalishlar.

2. Mavsumiylik jihatidan quyidagi yo'nalishlar farqlanadi:

- yil bo'yi o'tkaziladigan yo'nalishlar – yillik ish grafigiga ega bo'lgan turistik yo'nalishlarning barcha turlari;
- mavsumiy yo'nalishlar – yilning ma'lum faslida o'tkaziladigan yo'nalishlar (chanfi, suv, tof yo'nalishlari va x.k.). Masalan, daryo bo'ylab teploxoddagi turlar faqat navigatsiya davrida o'tkazilishi mumkin.

3. Trassa tuzilishiga ko'ra chizikli, xalkali, radial va aralash yo'nalishlar farqlanadi. Chunonchi:

- **chizikli yo'nalish** – boshi va oxiri turli jo'zrofiy punktlarda joylashgan xarakat yo'nalishi. Masalan: Toshkent – Xorazm.

Ko'pincha turist belgilangan joyga etib kelgach, bir mexmonxonada yashaydi, bir xudud doirasida ekskursiyaga va boshqa safarlarga chikadi. Bunday yo'nalish

¹⁵ Юреев А.П. Планирование туризма. Учеб.пос. – Донецк. 2005. 107 с.

xar kuni yukini yirish va chamadonlar yoki ryukzaklarga joylashtirishni, mexmonxonama - mexmonxona ko'chib yurishni yotirmaydigan turistlar uchun qulay;

- **Xalkali yo'nalish** – boshi va oxiri bir jo'rofiy punktda joylashgan, marshrutda bir necha punktlarda to'xtash mo'ljallangan xarakat yo'nalishi. Masalan: "Buyuk Ipak yo'li" (Toshkent – Samarqand – Navoiy – Buxoro – Xiva – Shaxrisabz – Ko'kon – Toshkent).

- **Radial yo'nalish** – boshi va oxiri bir jo'rofiy punktda joylashgan (stasionar), unda yashab turib, turist boshqa punktlarga safar qiladigan va sayoxatni boshlagan joyga qaytib keladigan xarakat yo'nalishi.

- **Aralash yo'nalish** – chizikli, xalkali va radial yo'nalishlarni muayyan tarzda o'zida mujassamlashtirgan xarakat yo'nalishi.

4. **Davomiyligiga** ko'ra quyidagi yo'nalishlar farqlanadi:

- ko'p kunlik (14-30 kunlik) yo'nalishlar;
- bir necha kunlik (1-3 kunlik) yo'nalishlar – dam olish kunlarida tashkil etiladigan yo'nalishlar;
- bir necha soatlik yo'nalishlar (ekskursiyalar).

5. Yo'nalishdagi transport turiga ko'ra:

- turistik firmaning o'z transportidagi yo'nalishlar – turistik firma yoki kompaniyaning transport xo'jaliklari ixtiyoridagi transportda o'tkaziladigan turlar;

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

- turistik shaxsiy transportdagi yo'nalishlar – avtoxavaskorlar (shaxsiy avtomashina egalari) uchun maxsus ishlab chiqilgan yakka tartibdagi yoki gruppaviy turlar. Bunda turistlarga yo'nalish davomida barcha xizmatlar

(avtokempinglarda yashash, ovqatlanish, ekskursiyalar, dam olish, avtomobilni ta'mirlash va b.) ko'rsatiladi;

- umumiy foydalaniladigan transportdagi yo'nalishlar – turistlarni yo'lovchi xukukida tashishga mo'ljallangan grafikli yo'lovchi transportida o'tkaziladigan turlar. Umumiy foydalaniladigan transportga grafik bo'yicha qatnaydigan poezdlar, yo'lovchi tashiydigan samolyotlar, teploxodlar, avtobuslar kiradi.

6. Xarakatlanish usullariga ko'ra:

- avtobusdagi yo'nalishlar;
- teploxoddagi yo'nalishlar (dengiz, daryo yo'nalishlari);
- aviastiya yo'nalishlari;
- temir yo'l yo'nalishlari;
- aralash yo'nalishlar farqlanadi.

7. Yo'nalish mazmuniga ko'ra:

- tabiat ko'ynida dam olish;
- dengiz bo'yida dam olish;
- to'fda dam olish;
- dam olish va balik ovi farqlanadi.

Turistik sayoxat dasturi – yo'nalishdagi to'xtash joylarida bo'lish, mexmonxonada yashash, turistik ahamiyatga molik joylarga ularni tomosha qilish (ekskursiya) maqsadida tashrif buyurish, ovqatlanish, shuningdek yo'nalish dasturida nazarda tutilgan transport vositalari yordamida yo'nalish bo'ylab xarakatlanish sanalari va vaqtlari ko'rsatilgan tadbirlar rejasi. Sayoxat dasturi (namunaviy yoki individual) sayoxatchiga sotilgan va shartnomada belgilangan turistik xizmatlarni amalga oshirish rejasi xisoblanadi. qo'shimcha xizmatlar turistlarga bevosita ular yashayotgan joyda sayoxatchining javobgarligi ostida aloxida xaq evaziga ko'rsatilishi mumkin.

Xalkaro turizmda sayoxat muddatining davomiyligi tashrif buyurilgan mamlakatda o'tkazilgan vaqt (soatlar yoki tunashlar) miqdori bilan (safarga chikish bilan bo'liq turizm – bir mamlakatda doimiy yashaydigan shaxslar boshqa mamlakatga sayoxatga chikishi) yoki doimiy yashash joyidan tashkarida

o'tkazilgan vaqt miqdori bilan (ichki turizm – ma'lum mamlakatda yashaydigan muayyan shaxslarning mazkur mamlakat bo'ylab sayohat qilishi) o'lchanadi.

Agar chet el turistik firmalarining kataloglariga qarab mo'ljallanadigan bo'lsak, mamlakatimizda chet el turistlari bo'lib turishi muddatining davomiyligi 7-10 kunni tashkil etadi. 14 kunlik turlarning ulushi ancha kam, bundan uzokroq davom etadigan safarlar esa bozorda juda kichkina segmentni tashkil qiladi. Yangi turlarni ishlab chikuvchilar ana shu xolatlarni xisobga olishlari, ishlab chikilayotgan turlarning davomiyligi eng ommaviy talab doirasidan chetga chikmasligi kerak.

5.3. Turistik yo'nalishlarni ishlab chikish va turlarni rejalashtirish

Yo'nalishlarni ishlab chikish ko'p bosqichli murakkab jarayon bo'lib, ancha yuqori malakani taqozo etadi va turistik xizmat ko'rsatish texnologiyasining asosiy manbasi xisoblanadi. Turistik yo'nalishni ishlab chikish va rejalashtirish bosqichlari quyidagilardan tashkil topadi¹⁶:

1. Yo'nalishning mo'ljallangan trassasidagi turistik resurslarni tadqiq qilish.
2. Turistik resurslardan foydalanish borasidagi cheklashlarni aniqlash.
3. Mazkur yo'nalish trassasidagi turistik xizmatlar bozori marketingi.
4. Yo'nalish turini belgilash.
5. Yo'nalishning eskiz modelini tuzish.
6. Yo'llarning toifasini va xolatini aniqlash.
7. Yo'nalish trassasini tuzish.
8. Yo'nalishni xayot ta'minoti punktlariga bo'lash.
9. Yo'nalishda xavfsizlik chizmasini ishlab chikish.
10. Yo'nalishdagi tezliklar xaritasini ishlab chikish.
11. Yo'nalish pasportini ishlab chikish.
12. Pasportni tegishli xizmatlar bilan kelishish.
13. Yo'nalishdan yo'lovchilarsiz sinov tartibida o'tish.
14. Sinov tartibida o'tishdan keyin yo'nalish chizmaiga o'zgartishlar kiritish.

¹⁶ Юреев А.П. Планирование туризма. Учеб.пос. – Донецк. 2005. 114 с.

15. Yo'nalish pasportini tasdiqlash.

Mazkur taomil vaqtida ancha uzoq davom etadi va bir necha oyga cho'ziladi. Agar yo'nalish buyurtma (bir martalik) bo'lsa, uni tuzish taomili engillashadi, xavfsizlikni ta'minlash tadbirlari bundan mustasno. Avtobus yo'nalishini ishlab chiqishda "Yo'l xarakati qoidolari", "Avtomobil transporti nizomi", "Yo'lovchi tashish qoidolari" va boshqa idoraviy normativ xujjatlarga amal qilish lozim. Yo'nalishni ishlab chiqish jarayoni yo'nalish pasportini kelishish va tasdiqlash bilan yakunlanadi. Yo'nalish pasportidan turlarni shakllantirishda, shuningdek yo'l-transport xodisalarini tekshirishda foydalaniladi. Yo'nalish ishlab chiqilganidan va tasdiqlanganidan keyin turni shakllantirishga kirishiladi. Turistik yo'nalishni ishlab chiqishning ikki shakli mavjud:

1. Yakka tartibdagi turistlar uchun xam, guruxlar uchun xam chet el turistik firmasining yoki turistlarning buyurtmasiga binoan turni ishlab chiqish. Bunday xollarda turistik tashkilotlar turistik firmalardan buyurtmalarni qabul qilib olishda tanlangan yo'nalish bo'ylab turistlarni transportda tashish va ularga kompleks xizmat ko'rsatishni ta'minlash bo'yicha o'z imkoniyatlarini aniqlaydi. Bunday imkoniyatlar bo'lgan taqdirda ular zarur bronlashtirishni amalga oshiradi va buyurtma bergan firmaga tur qabul qilinganini tasdiqlaydi. Ko'pincha firmalarning buyurtmalariga ko'ra ayni bir turdan ketma-ket keladigan bir necha guruxlarni qabul qilish uchun foydalaniladi. Bunday xollarda turistik tashkilotlarning roli passiv bo'lmasligi kerak. Firmalarning buyurtmalarini ko'rib chiqishda yo'nalishni yaxshilash yuzasidan qarshi takliflar bilan chiqish, kompleks xizmatlar ko'rsatish tarkibini qiziqarli ekskursiyalar va boshqa xizmatlar bilan to'ldirish tavsiya etiladi.

2. O'zbekiston Respublikasi va MDX mamlakatlarining turistik tashkilotlari tashabbusiga ko'ra turlar ishlab chiqish. Bunda taklif qilinayotgan shaxarlarga tashrif buyurishga chet ellik turistlar orasida talablar mavjudligi va mazkur shaxarlar mexmonxona bazasining sirimi asosiy shartlar xisoblanadi. Bizning turistik tashkilotlarimiz tashabbusi bilan quyidagi turlar ishlab chiqilishi mumkin:

- chet ellik turistlarning yakka tartibdagi safarlari uchun mo'ljallangan turlar. Bu odatdagi standart turlar yakka tartibdagi turistlar orasida mashxur bo'lgan

yo'nalishlar bo'ylab tashkil etiladi. Yakka tartibdagi turistlarni ko'proq jalb qilish uchun standart turlarda ularga ma'lum imtiyozlar berilishi mumkin. "Inturist" AJ, "O'zbekturizm" MK taklif qiluvchi "ctop ouver" yoki "Kart blank" turlari shular jumlasidan;

- chet ellik yakka turistlar guruxlar tarkibida (arzonroq narxlarda) safar qilishi uchun mo'ljallangan turlar. Bunday guruxlar yo'nalishdagi birinchi xizmat ko'rsatish punktida shakllantiriladi. Bu standart yo'nalishlarga ega bo'lgan, boshlanish va yakunlanish sanalari kayd etilgan turlardir. Bunday turlar boshqa mamlakatlarning turistlariga va xar qanday xorijiy firmalarga ochiq. Yagona cheklash – xar bir guruxdagi o'rinlar kvotasi (30 kishigacha) va ekskursiyalar o'tkaziladigan tilni bilish. kayd etilgan sanali turlardan chet el turistik firmalaridan belgilangan miqdor doirasida aloxida guruxlarni kabul qilish uchun xam foydalanilishi mumkin.

5.4. Turistik yo'nalishlarni mexmonxonalarda tashtil etish tartibi

- mexmonxona bazasidan va transport vositalaridan yanada samarali foydalanish, shuningdek chet ellik turistlar sayoxatlarining geografiyasini kengaytirish maqsadida O'zbekiston Respublikasining turistik tashkilotlarida SET-turlar (tarmoq grafiklari bo'yicha) va blok-turlar ishlab chikishga katta e'tibor beriladi. Bunday turlarda muayyan mintaqalarning turistik markazlari bir necha standart yo'nalishlari bilan bo'flanadi, turistlarni tashish uchun transport vositalarining turlari belgilanadi va dasturlarda asosiy ekskursiya tadbirlari – "tur durdonalari" kayd etiladi. Chet el turistik firmalariga SET-turlar va blok-turlarning umumiy ro'yxatidan istalgan ma'qul variantni tanlab olish, yo'nalish bo'ylab muayyan shaxarlarda bo'lish sanalarini kelishish va muddatlarni uzaytirish, kayd etilgan sanali qo'shimcha turlarni kiritish imkoniyati beriladi. Turistik tashkilotlarning tashabbusiga ko'ra SET-turlar va blok-turlar tashkil etish ularning turistik maxsulot yaratish borasidagi faoliyatining ancha yuksak shaklidir. Bu ish mukammal kasbiy bilimlarni, katta tajribani taqozo etadi va faqat turistik

xizmatlarga bo'lgan talabni va turistik xizmatlarning iste'mol xossalarini chuqur tahlil qilish asosida ko'llanilishi mumkin.

Shunday qilib, muayyan turistik yo'nalishlarni ishlab chiqish quyidagilarni takozo etadi¹⁷:

- mexmonxona bazasining xamda korxonalari yo'nalish bo'ylab yo'lovchi tashish vositalari to'rtisida tuzilgan bitimlarga asosan takdim etuvchi bo'sh o'rinlarning mavjudligi, tegishli tashkilotlar tuzilgan bitimlarga asosan takdim etuvchi transport vositalarida bo'sh o'rinlarning mavjudligi xaqidagi axborotga to'liq ega bo'lish va ulardan foydalana bilish;

- turistik namoyish ob'ektlari (muzeylar, tarixiy va me'morchilik obidalari) xaqida, ularning ish vaqti to'rtisida axborotga to'liq ega bo'lish.

Firmadan guruhli turni bronlashtirishga buyurtma (masalan, 45 kishiga, Toshkent – Samarqand, Buxoro – Toshkent yo'nalishi bo'yicha) olingan xolda quyidagi xolatlarga aniqlik kiritish lozim:

- xar bir shaxarda bo'lish sanasi va muddatlari, misol uchun: Toshkent – 1-5 iyul, Samarqand – 5-8 iyul, Buxoro – 8-11 iyul, Toshkent – 11-12 iyul). Mazkur sanalarga muvofiq turistik firma mexmonxonalarda zarur o'rinlar mavjudligini aniqlashi va ularni bronlashtirishi shart;

- yo'nalish bo'ylab transportda tashish turlari (misol uchun, guruh samolyotda Toshkentga uchib kelishi va so'ngra butun yo'nalish bo'ylab samolyotda safar qilishi). Agar firma turistik tashkilotdan turistlarni tashishni bronlashtirishni so'ragan bo'lsa, turistik tashkilot shaxarlar o'rtasida tegishli aviareyslarni bronlashtirishi lozim (masalan, Toshkent – Samarqand 5,07 reys..., Samarqand – Buxoro 8,07 reys..., Buxoro – Toshkent 11,07... .

Turistlarning tashrif buyurish va jo'nab ketish vaqtiga va ko'rsatilgan reyslarga muvofiq (yo'nalish bo'ylab) shaxarlarda mexmonxona nomerlarini bronlashtirish sanalari va vaqti aniqlab olinadi. Bunda mexmonxonada amal qiluvchi xisoblash soati (12 soat) xisobga olinadi. Firma 5.07 ga o'tar kechasi

¹⁷ Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар Туризмни режалаштириш. Тошкент, 2005 -16 б.

Toshkentdan Samarqandga olib boradigan transportni buyurtma qilishi mumkin. Bu xolda Samarqanddagi mexmonxonani bronlashtirish sanasi 5.07 dan 6.07 ga o'zgartiriladi. Turistlarni yo'nalish bo'ylab tashishning boshqa variantlari ham bo'lishi mumkin. Bunda xar qanday yo'nalishni bajarishning bosh sharti uni mexmonxona o'rinlarini va tashish vositalarini tegishli tarzda bronlashtirish bilan ta'minlash xisoblanadi. Zarur transport vositalarini bronlashtirishda qiyinchilik tufilgan xolda muqobil variantlarni kidirish, masalan, ertalabki reysni kechki reysga almashtirish yoki avia tashishni temir yo'lda yoki avtobusda tashishga almashtirish kerak.

Shaxarlarni o'zgartirish xarakatlari natijasida chet el firmasi o'zi bilan kelishilgan yo'nalishni tasdiqlaydi. Bunda butun yo'nalish bo'ylab safarning boshidan oxiriga qadar mexmonxona o'rinlari va transportda tashishning bronlashtirilishi ta'minlanadi.

5.1-jadval

Chet ellik turistlar uchun tur baxosining taxminiy xisobi (Toshkent – Samarqand yo'nalishi bo'yicha, 2006 yilning fevraliga qadar bo'lgan xolatga ko'ra)

№	Turga kiritilgan xizmatlar	Xizmatlar qiymati	Jami
1.	Mexmonxonada joylashtirish, vannali yoki dushli nomerlarda	2000 so'm x 8 sutka	16000
2.	2 maxal ovqatlanish (nonushta, kechki ovqat)	1000 so'm x 8 sutka	8000
3.	Transferlar (uchrashuvlar va kuzatishlar, jami 4 marta)	Avtobusni ijaraga olish 250 so'm / soat x 4 soat k 1000 so'm : 20 kishi k 50 so'm. Bagajni tashish – 100 so'm. Jami: (50 so'm + 100 so'm) x 4 marta k 600 so'm	600
4.	Ekskursiya xizmatlari ko'rsatish (avtobusda gid-tarjimon bilan 4 ekskursiya)	Ekskursiya xizmatlari ko'rsatish (avtobusda gid-tarjimon bilan 4 ekskursiya)	620
5.	Toshkent – Samarqand yo'nalishi	2000 so'm	

	bo'yicha temir yo'l chiptasi bilan ta'minlash (firma poezdi, kupe vagoni)		
6.	Guruxning rejadan tashkari kuzatuvchisini qabul qilish	Mexmonxona – 16000 Ovqatlanish – 8000 so'm t/y chiptasi – 2000 so'm Jami: 26000 so'm : 20 kishi q 1300	1300
7.	O'z kuzatuvchisiga xarajatlar	Samarqanddagi mexmonxona 2000 so'm x 4 kun q 8000 so'm Samarqandda ovqatlanish 1000 so'm x 4 kun q 4000 so'm Yo'lkira Toshkent-Samarqand – Toshkent 2000 so'm x 2 dona q 4000 so'm	
8.	JAMI		28720
9.	Operastion xarajatlar (ijara, mexnat xaki, aloqa, reklama) va rejalashtirilgan daromad, jami 20% miqdorida		5744
10	Jami		34464

5.5. O'zbekistonda turistik yo'nalishlar bo'yicha marketing tadqiqotlari o'tkazish va takomillashtirish

O'tkazilgan marketing tadqiqotlari vujudga kelgan turistik yo'nalishlar va xizmatlarni yanada takomillashtirish, tarixiy xududlarda yangi ob'ektlarni turistik muomala soxasiga kiritish xisobiga yangi yo'nalishlarni shakllantirish bo'yicha bir qancha umumiy xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish imkonini beradi. Mazkur ma'lumotlarga ko'ra, 2005 yilga qadar bo'lgan davrgacha turistik oqimlarning asosiy qismi respublikaning turistik talab katta bo'lgan xududlari va turistik markazlari – Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xorazm va Farfona vodiysiga to'fri keladi. Respublikaning Qoraqalpofiston, Orolbo'yi kabi mintaqalari, respublika janubi, shu jumladan Termiz turizm soxasida boy potensial imkoniyatlarga ega, ammo ular yaxshi o'zlashtirilmagani va asosiy markazlardan

uzokda joylashgani uchun turistik korxonalar loyixalashtirilgan kompleksini rivojlantirish istiqbollariga kiritilishi lozim.

Shundan xamda turistlar sayoxat va safarlardan yorqin taassurot va ma'rifiy axborot olishi shartidan kelib chikib, biz eng avvalo qadimda "Buyuk ipak yo'li" o'tgan asosiy shaxarlar va manzilgoxlarni o'z ichiga oluvchi turistik yo'nalishlarni ishlab chikdik¹⁸.

Miloddan avvalgi II asr oxiri – I asr boshida "Buyuk Ipak yo'li" trassalari vujudga kelgan: koshfar (Sharqiy Turkiston) orkali Oloy vodiysiga, ko'fot dovoni orkali – Farfona vodiysiga, Jo'nkar darvozasi (Xo'jand xududida) orkali yo'l rivojlanib borgan. Yo'lning bir tarmoqi janubi-farbga qarab ketgan va yanada qadimgi yo'l – Shoxrux yo'liga ko'shilib, Samarkand – Buxoro – Amul (Chorjo'y) – Marv – Xamadon – Mashxad (Eron) orkali Suriya (Aleppo)ga va undan Vizantiyaga (hozirgi Turkiya davlati xududiga) o'tib, Efesgacha (O'rtaer dengizi soxilida) borgan va undan Misr va Evropaga o'tib ketgan. Mana shu tarmokqa Samarkand xududida "Nefrit yo'li" (Xindistondan) ko'shilgan. Buxoro xududida yo'l shimolda Kat (Beruniy)ga qarab, Amudaryo bo'ylab Urganchga, kuruklikdan Elbe, Volga daryolariga – Sharqiy Evropaga qarab tarmoqlanib ketgan.

Buyuk ipak yo'lining ikkinchi tarmoqi Farfona vodiysidan chikqach, shimolga: Jizzax – Choch (Toshkent) – Chimkent – Taraz (Jambul) – Issikko'l orkali Sibirga qarab ketgan. Taraz xududida yo'l yana ikkiga ayrilgan va uning bir tarmoqi Sirdaryo bo'ylab pastga, Elbe daryosiga (Ural janubida) tushgan, undan Volga daryosiga – Shimoliy qora dengiz bo'yiga o'tgan, qora dengiz orkali Suriyaga o'tib, undan Evropaga qarab yoki Volga daryosi bo'ylab Sharqiy Evropaga qarab ketgan. Ana shu qadimgi yo'nalishlar hozirda ro'y bergan o'zgarishlarni xisobga olgan xolda turistik yo'nalishlarni shakllantirish uchun asos kilib olinishi mumkin.

Evropaning ayrim mamlakatlarida ommaviy bo'lgan qishloq yo'nalishlarini xam respublikamizda rivojlantirish mumkin. Mazkur yo'nalish turi qishloqlarda

¹⁸ Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять Т.: Ипак «Шарк» 2005.- 130 б.

yoki alohida uylarda joylashtirish, turistlarni ovqatlantirishni tashkil etish bilan boʻliq. Shu bilan birga, turistlarga qishloq xoʻjalik ishlarini kuzatish yoki ularda bevosita ishtirok etish imkoniyati beriladi. Qishloq yoki shaharchadan baza sifatida foydalanib, turistlar mazkur xudud boʻylab safarlarga chiqishlari mumkin. Balikchilar yashaydigan qishloqlar va shaharchalarda maxalliy aholi ham turistlarni oʻz uyiga joylashtirishi va ularga balik ovida ishtirok etish imkonini berishi mumkin. Turizmning mazkur turini tashkil etish uchun texnik yordam talab etilishi mumkin. Bundan tashqari, turizm rivojlanayotgan hududlarda xizmatlarni bronlashtirish markazlashtirilgan tizimini tashkil etishga zaruriyat tufiladi.

5.6. Ekologik turistik yoʻnalishlarni shakllantirish

Ekologik yoʻnalishlar milliy turistik maxsulotning jadal surʼatlarda rivojlanayotgan turlaridan biri hisoblanadi. Ekologik turizm atrof muxitni saqlash muammolaridan tashvishda boʻlgan, maxalliy ekologiya va madaniyatning xolati haqida koʻproq bilishni xoxlagan odamlar orasida ayniksa mashxur. Bu erda keng miqyosda ish olib borish talab etilmaydi. Garchi turizmning mazkur turi katta kapital koʻyilmalarga muxtoj boʻlmasa-da, uni rivojlantirishda puxta nazorat olib borish, ushbu faoliyatni ekologik talablarga uyfun tarzda boʻlash zarur. Malakali gidlarning mavjudligi, shuningdek safar joylarida tabiatni koʻriklash chora-tadbirlarini katʼiy amalga oshirish katta ahamiyatga ega.

Stasionar turizm, agar mehnat taʼtiliga chiqqanlar va pensionerlar oʻz mablaflarini shu erda sarflashini hisobga olsak, maxalliy aholiga katta foyda keltirishi mumkin. Biroq, shu bilan birga, turizmning mazkur turi muayyan muammolarni tufdirishi, xususan, yangi qurilish munosabati bilan maxalliy infratuzilma zoʻriqishiga, maxalliy oʻziga xoslikning yoʻqolishiga, qurilishning nooqilona (ekologik muammolarni keltirib chiqaradigan) usullari koʻllanilishiga olib kelishi mumkin. Shu sababli milliy turistik maxsulotni va stasionar turizmni muvaffaqiyatli rivojlantirish uchun maxalliy aholi uchun maqbul boʻlgan tegishli qurilish xajmlarini saqlash, yangi turar joy zonalarini puxta rejalashtirish va

loyixalashtirish, shuningdek mazkur yangi kurilishlar uchun etarli infratuzilmani vujudga keltirish zarur.

Etnik va nostalgik yo'nalishlar ham milliy turistik maxsulotni rivojlantirish yo'llaridan biri hisoblanadi. Mazkur turistik maxsulotlar nomining o'zidayok safarga turtki beruvchi omillar zoxir. Turizmning ushbu turlari ko'p joylarda ajoyib salohiyatga ega. Bunday safarlarga otlangan turistlar, qoida tariqasida, an'anaviy turistik ob'ektlar va xizmatlardan foydalanadi. Shunga qaramay, ayrim xollarda maxsus gidlar xizmatini tashkil etish va yangi o'ziga xos yo'nalishlar ishlab chiqish talab etiladi.

Diniy turistik yo'nalishlar respublikamizda milliy turistik maxsulotni rivojlantirishda juda muxim ahamiyatga ega. Diniy ziyoratchilarni joylashtirish va ularni boshqa ob'ektlar bilan ta'minlash odatda o'ziga xos xususiyatga ega bo'ladi. Biroq, turistik faoliyat sub'ektlari sifatida, ziyoratchilar ham maxalliy axoli uchun ko'shimcha daromad manbai hisoblanadi.

Yukorida sanab o'tilgan yo'nalishlarni ishlab chiqishda nafaqat milliy turistik maxsulotning rivojlanishi, balki namoyish etish uchun qiziqarli ob'ektlarning mavjudligi, tabiiy - iqlimiy shart - sharoitlar, respublikaning muayyan xududlari turistik yo'nalishlar bilan o'zlashtirilganligi, shuningdek muayyan shaxarlar va axoli yashaydigan punktlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasi, shu jumladan obodonchilik, muxandislik ta'minoti darajasi, tashqi va ichki transport aloqalari, mazkur omillarning rivojlanish istiqboli ham hisobga olinishi lozim.

Yo'nalishlarning ssenariy rejasi milliy turistik maxsulotni rivojlantirish istiqbollari va respublika bo'ylab qiziqarli sayoxatlar tashkil etish istiqbollari tarzida, turistlar faoliyatining barcha turlari: ma'rifiy ekskursiyalar, dam olish, bo'sh vaqtni mazmunli o'tkazish va x.k.ni hisobga olgan holda ishlab chiqiladi.

Milliy turistik maxsulot va turistik sayoxatlarni rivojlantirish ssenariy rejalari ishlab chiqilishi bilan bevosita bog'liq holda, respublika "Meros" milliy dasturi ham ishlab chiqilgan bo'lib, u O'zbekistondagi barcha (qadimgi davrdan to hozirgi kungacha bo'lgan) madaniy meros yodgorliklarini saqlash, o'rganish, tiklash va tarfiy qilish tadbirlarini o'z ichiga oladi.

O'zbekistonda to'rlar, daryolar, ko'llar, saxrolar, o'rmonlar va ov uchun mo'ljallangan maxsus mintakalar juda ko'p. Xammasi bo'lib xar xil turistik yo'nalishlarning 100 dan ortiq turlarini tashkil etish mumkin. Xozirda faqat respublika tashkilotlarining o'zi maxsus turistik yo'nalishlarning 34 turini tashkil qilgan.

Respublikada to'rlar bo'ylab sayoxat, tuyalarda, otlarda sayoxat, ov, balik ovi, veloyo'nalishlar, ekologik turlar kabi maxsus turistik yo'nalishlar rivojlanmoqda. O'zbekiston xududida mazkur yo'nalishlar bilan shufullanuvchi maxsus firmalar mavjud. "Osiyo-trevel", "Yordamchi", "Glavoxota" tashkilotlari shular jumlasidan. Respublika bo'yicha eng ko'p turistlarni jalb qilayotgan turistik yo'nalishlarga quyidagilar kiradi: "Boysun to'rlari va forlari", "Fan to'rlari", "Sarichelak ko'llari", "Kaklik ovi", "Parranda ovi", "To'f echkisi ovi", "Yovvoyi cho'chka ovi" va b. Mazkur turlar bilan Jizzax, Namangan, Navoiy, Samarqand va Farronadagi viloyat turistik tashkilotlari xam shufullanadilar¹⁹.

O'zbekiston O'rta Osiyoning qoq markazida joylashgan bo'lib, o'ziga xos jo'froyiy va iqlimiy xususiyatlarga ega.

Mamlakat xududida juda ko'p milliy parklar va qo'riqxonalar bor. Faol dam olish, sarguzashtlar va sayoxatlar ishqi bozlari uchun bu erda juda ko'p imkoniyatlar mavjud. Ornitologiya, qum barxanlari va tuyada sayr qilish ishqi bozlari uchun cheksiz qizilqum saxrosida turistik yo'nalishlar tashkil etish mumkin. To'fda sayr qilish va alpinizm ishqi bozlari uchun biz go'zal Tyan-Shan va Xisor tizma to'rlarini taklif qilishimiz mumkin. Speleologlarni bu erda Boysun platosidagi son-sanoksiz sirli forlarning labirintlari jalb qiladi.

Suvda dam olish ishqi bozlariga O'rta Osiyoning Chotqol, Oqbulok, Oxangaron, Zarafshon, Sirdaryo va Amudaryo kabi ajoyib daryolari bo'ylab murakkablik darajasi xar xil bo'lgan yo'nalishlar taklif qilinadi.

Respublikada me'morchilik yodgorliklarini tomosha qilish va O'rta Osiyo xalqlarining ko'p asrlik tarixi bilan tanishishni o'z ichiga oluvchi aralash yo'nalish

¹⁹ Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять Т.: Ипак «Шарк» 2005.- 130 б.

eng ommabop yo'nalishlardan biridir. Bu Buxoro, Samarqand, Shaxrisabz kabi kadimgi shaharlar bo'ylab ekskursiyalarni o'z ichiga oladi. Yo'nalishning trek kismi Xisor to'rlariga besh kunlik safarni nazarda tutadi. Bunda mashhur Amir Temur to'riga ekskursiya uyushtiriladi, kadimgi xayvonlarning toshda qolib qolgan izlari borib ko'riladi, Xisor to'ri tizmalaridan o'tiladi va qizilqum saxrosi bo'ylab tuyalarda ikki kunlik safar uyushtiriladi. Bundan tashqari, uch, to'rt va xatto besh yo'nalishdan iborat xar xil aralash ekologik turlar tashkil etish imkoniyatlari ham juda ko'p. Bunga O'zbekistonning xar xil tabiiy va tarixiy ob'ektlari bir-biriga yaqin joylashgani keng imkoniyat yaratadi.

O'zbekiston Fan to'rlari, Oksuv va Karavshin xududlari, Turkiston tizma to'rlari, Sarichelak ko'li kabi mashhur tabiiy yodgorliklar yaqinida joylashgani ham maxsus turistik yo'nalishlarni rivojlantirish uchun juda qulaydir.

Ko'pgina maxsus turlar narxi chet mamlakatlardagi shunday turlarning narxlaridan 10-20 baravar arzon. Shu sababli ular ko'pgina xorijiy mutaxassislarni va bunday turlarga qiziquvchilarni jalb qilmoqda. Xatto respublika ichida ham bir xil turlarga xar xil narxlar belgilangan bo'lib, bu maxsus turistik yo'nalishlar bilan shuqullanuvchi turistik tashkilotlar turli idoralarga bo'ysunishi bilan izoxlanadi.

Respublikaga kiruvchi turistlarni xisobga olish faqat Toshkent aeroporti bo'yicha amalga oshiriladi. Biroq, bojxona va chegara xizmati boshqa aeroportlarda ham mavjud. Ular boshqa davlatlardan charterli reyslarni qabul qiladi. Ammo konsullik xizmati nizomiga binoan chet ellik turist vizaga ega bo'lgan holda chegaradan avtobus, avtomobil va temir yo'l yo'nalishlari bo'ylab o'tishi mumkin.

Turistlar o'tadigan asosiy punktlarga quyidagilar kiradi: Qirg'izistondan Krasnogorsk, Qozog'istondan Sariofch, Tojikistondan Panjikent, Turkmanistondan Toshovuz va b. Bundan tashqari, O'zbekistonga chet ellik turistlar kelishi mumkin bo'lgan avtomobil yo'llari ham mavjud. O'zbekistonga keluvchi norezidentlar rezidentlarga qaraganda shu qadar ko'pki, respublikaga barcha mamlakatlardan tashrif buyuruvchilar xisobi yuritilmaydi. Qozog'iston, Rossiya, Qirg'iziston,

Tojikiston va Turkmanistondan xar yili taxminan 5 mln. norezidentlar tashrif buyuradi.

O'zbekiston Respublikasining chegaralaridan o'tuvchi avtomobil, avia va temir yo'llarda yo'lovchi tashish ko'rsatkichlarining taxlil natijalarini quyidagicha tavsiflash mumkin:

5.2 - jadval

Qo'shni mamlakatlarga xalqaro yo'nalishlar bo'ylab tashilgan yo'lovchilar miqdori (ming kishi xisobida)

	2002 yil	2005 yil
Jami		
Avtobusda yo'lovchi tashish	8445	7998
Temir yo'lda yo'lovchi tashish	6454	4080
Xavo transportida yo'lovchi tashish	1797	1904
Boshqa transportda yo'lovchi tashish	84,0	13,0

Eslatma: O'zbekiston Respublikasi Statistika boshqarmasi baxolagan

Qo'shni mamlakatlardan barcha yo'nalishlar bo'yicha keladigan norezidentlar 2,5 mln. kishini tashkil etadi. Ular tijoratchilar, qarindoshlarinikiga kelgan mehmonlar, qo'shma korxonalarining xodimlari bo'lishi mumkin. Yo'lovchi tashish ma'lumotlarida shaxsiy mashinasida tashrif buyuruvchilar xisobga olinmagan. Vaxolanki, ular tashilgan jami yo'lovchilarning kamida 20% ni tashkil etadi. Bir kun ichida chiqib ketishni xam xisobga olganda, O'zbekistonga tashrif buyuruvchilar soni bir yilda 5,0 mln. kishidan oshmaydi.

Mamlakatlar bo'yicha norezidentlarning taxlilini, chet ellik turistlarni xisobga ko'shmaganda, quyidagicha baxolash mumkin: Qozofistondan – 50-60%, Tojikistondan – 20-25%, Rossiyadan – 10-15%. Qozofistondan keluvchi

norezidentlar ulushining kattaligi O'zbekiston xududining o'ziga xos xususiyatlari va juda ko'p yo'llar O'zbekiston orqali o'tishi bilan izoxlanadi.

Xulosa

Turistik yo'nalishlarni rivojlantirish uchun asosiy omil bu kadrlarning bilimi va tajriba potentsialidir. Hozirda Respublikamizda turistik yo'nalishlarni rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar mavjud bo'lsa ham juda kam yo'nalishlar ishlab chiqilgan. Bu yo'nalishlar faqat «Buyuk Ipak Yo'lida» joylashgan shaxarlarga qaratilgan. Lekin respublikamizda turistlarning ko'rishi va dam olishlari uchun tarixiy va xushmanzara joylar ko'p. Faqat ularni yukori darajada tanishtirish, yangi yo'nalishlar tizimi va turistlarni o'sha joylarga joylashtirish yo'llari ishlab chiqilishi kerak. Hozirda asosiy yo'nalishlar faqat A.J. «Uzintur» tomonidan tuzilgan yo'nalishlar asosida faoliyat ko'rsatmoqda. Shuning uchun ushbu barcha turistik yo'nalishlarni qaytadan ko'rib chiqish va ushbu yo'nalishlar davomida turistlarning foydalanishlari uchun motel va kempinglar barpo etish juda muxim masalalardan biri xisoblanadi.

Nazorat savollari

1. Turistik yo'nalishlarning shakllanish omillari nima?
2. Turistik yo'nalishlarning ijtimoiy va iqtisodiy o'sishiga ta'sir qiluvchi omillar nima?
3. Turistik yo'nalish motivastiyalarini izoxlang?
4. Asosiy tur xujjatlari nimalar kiradi?
5. Turistik yo'nalish turlarini izoxlang?
6. Turizmda aylanma yo'nalish nima?
7. Turizmda chiziqli yo'nalish nima?
8. Turizmda davomli yo'nalish nima?
9. Turizmda transport yo'nalishlari qanday tuziladi?
10. Turistik yo'nalishlarni tashkil etishda «Pekidj-tur»ning ahamiyati qanday?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar maxkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 "Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish haqidagi" qarori.
2. Irmatov M.M. Alieva M.T. va boshqalar Turizmni rejalashtirish Toshkent, 2005 -167b.
3. A. P. Yurev «Planirovanie turizma», Donestsk.2005 g.
4. Gvozdenko A.A. Straxovanie v turizme. Uchebnoe posobie. – M. 2005 g.
5. Mirzaev. R. Solnste puteshstvuet po miru chtoby rasseyat T:. Ipak «Shark» 2005.- 230 b.
6. Internet saytlari.
www.world-tourism.org – Vsemirnaya turistskaya organizatsiya
www.e-tours.ru – delovye turы, vystavki, konferentsii

6.Bob. Turizm siyosati asoslari

- 6.1. Turizm siyosati tushunchasi
- 6.2. Turizm siyosatining muvaffaqiyatli shartlari
- 6.3. O'zbekiston turizmi iqtisodiyotida xukumat organlarining tutgan roli
- 6.4. O'zbekistonda turizm itisodiyotini rivojlantirishda "O'zbekturizm" MK ning o'rni

6.1.Turizm siyosati tushunchasi

Turizm siyosati bir davlatda umumiqtisodiy va tashqi aloqalar siyosatiga mos ravishda ichki va tashqi turizmning rivojlanishini, turizmning iqtisodiy, ijtimoiy va atrof - muhit bilan bo'liq madaniy funktsiyalardan eng unumli foydalanish maqsadi bilan, davlat va xukumat boshqaruvi kuchiga ega bo'lgan tashkilotlar tomonidan turizm sohasida qo'llanilgan chora-tadbirlar yirindisidir. Davlatning turizm bilan qiziqishi va turizm sohasiga qilayotgan zaruriy e'tiborining iqtisodiy, ijtimoiy, atrof - muhit va madaniy omillari mavjud²⁰.

²⁰ Лифиц И. М. Стандартизация, метрология и сертификация: Учебник. – М.: Юрайт-Издат, 2006. 136 с.

1. Iqtisodiy omillar. Turizm, shaxsiy iste'molda muxim o'rin tutadi; turizm ishlab chikarish hajmini oshiradi; turizm, mamlakatning rivojlanish xolatlari farqli bo'lgan xududlar o'rtasida bir muvozanat kurishga imkon yaratadi; turizm soxasi insonlarga foydali va foydasiz ish o'rinlari yaratib beradi xamda mamlakatga valyuta okimini olib keluvchi faoliyatdir.

2. Ijtimoiy omillar. Turizm; ishlab chikarish omili bo'lgan inson kuchining dam olishiga sharoit yaratib bermokda; sarmoya, tabiiy boyliklar va boshka ishlab chikarish omillarining ko'llanilishiga muxit yaratmokda; insonlarning tushunchalarini, dunyokarashini rivojlantiruvchi, bo'sh vaqtlaridan unumli foydalantiruvchi bir faoliyatdir; xayot sharoitlari turli bo'lgan davlatlarda, bir davlatning farqli viloyatlarida yashovchi insonlar o'rtasida, tanishish, bir-birini tushunishga imkon beruvchi bir xabarlashish ko'prigidir; turist kabul qilgan davlat, viloyatning ijtimoiy turizmini, urf-odatlarini o'zgartirishga ta'sir ko'rsatadi.

3. Atrof-muxit bilan boqlik omillar. Turistik faoliyatlar: turist kabul qilgan davlatning atrof-muxitiga ijobiy va salbiy ta'sir ko'rsatmokdadir; bino, yo'l kabi sabablar bilan makon tugatuvchi faoliyatdir; tabiiy muxitning sifati, tarixiy asarlar, tabiat go'zalliklari buzilishi mumkin.

4. Madaniy omillar. Turizm ziyorat qiluvchi kishilarning madaniyatlariga ta'sir ko'rsatadi; madaniy boyliklarga yutuklar keltira olishi yoki madaniy boyliklarga zarar keltirishi mumkin; kishilarning xulq-atvorini va xatti-xarakatlariga bir qancha o'zgartirishlar yuzaga keltiruvchi insonlarning tushunchalariga ta'sir qilishi mumkin; turizm rejasi; tashkilot; avtoritet; koordinastion; o'z ixtiyorida bo'lishlik; atrof-muxit aloqalari; muvozanat; inson aloqalari; nazorat; iqtisodiy, rastional va global vazifalardan iborat. Bu omillarni birma-bir izoxlab chikamiz;

1. Turizm rejasi - ma'lum bir davrda turizm sektorida ko'zlangan maqsadlarni va bu maqsadlarga erishish uchun ko'llaniladigan vositalarni, chora-tadbirlarni, pul va jismoniy narsalarni, ishlarning kishilar tarafidan, qachon va qanchalik muddatda bajarilishini ko'rsatadi. Turizm rejasining foydalari quyidagicha:

- turizm faoliyatlarida o'tgan davr natijalari, statistik ma'lumotlar bilan aniqlanadi. Shuningdek, erishilgan natijalarning muvaffaqiyatli yoki muvaffaqiyatsiz sabablari, belgilangan chora-tadbirlarga yo'l ochilgan bo'ladi;

- reja kelajakni kashf qilish demakdir. Kelajak xisobotli bir shaklda taxmin kilinganda erishiladigan maqsad va ko'llaniladigan vosita va choralar oldindan belgilangan bo'ladi;

- reja tartibli ishlash demakdir. Tartibli ishlash usuli bilan ishlarning yuritilishi kerak bo'ladi;

- turistik korxonalarga kerakli sarmoya ehtiyojlari oldindan belgilanadi. Shuningdek, bir sarmoyaning faoliyati uchun kerakli manbani kerakli vaqtda, ehtiyoj miqdori kadar berila olmasligidan xosil bo'ladigan yo'kotishlar, sarmoyaning bo'flanish oldi olinadi;

- mas'uliyatlarning, ko'laylikning taksimi oldindan ko'rila bilishi ro'yobga chikadi.

2. Tashkilot. Turizm siyosatining ikkinchi vositasi xuqukiy maqomga ega bo'lgan, ko'llab-quvvatlangan ta'sirchan tashkilotdir. Tashkilotning davlat yoki xususiy tashkilot maqomiga ega bo'lishi yoki arzonlashtirilgan shaklda tutilishi mumkin. Davr bilan eng mos model xam topilishi mumkin. Turizm tashkiloti, tashkil qilingan turizm bilan bo'liq turli davlat, nodavlat va xususiy qurilishning turizm maqsadlariga xizmat qiluvchi faoliyatlarini bir joyga keltiruvchi, turizm siyosatini yurituvchi tashkilotdir. Ta'rifdan kelib chiqqan xolda, turistik tashkilotning asosiy vazifasi turizm siyosatining muammolariga javob qidirish va majburiyat tajribalarini tashkil qilishdir. Bu bilan bir qancha mamlakatning farqli tajribalarining foydali yoki foydasiz natijalari atrofida turizm tashkilotining vazifalari ushbu shaklda guruxlarga bo'linishi mumkin:

- boshqaruv ishlari va mas'uliyati ichida, turizm davlat iqtisodiyotida muxim sektor shaklida o'z o'rnini to'fri topilishi, turizm rejasining etkazib berilishi va konuniy tekshirishlar o'rin oladi;

- milliy turizm siyosatini tayyorlash va tadbir qilish, turizm siyosatini ko'rib chikish va yuritishdir;

- turizmga imkonli yoki imkonsiz bo'lik boshqa davlat tashkilotlari bilan munosabatlar va hamkorliklar.

Turizm tashkiloti bir mamlakatda maxalliy va milliy davlat tashkilotlari bilan turizm tashkilotlari orasida kuchli hamkorlik qilinishi, bu hamkorlik atrofida turizmga bo'lik ma'lumotning to'planishi, izlanishlar olib borilishi, turistik maxsulotning sotilishi, madaniyat, go'zal plakatlar uyushtirilishida boshqaruv bilan ish qilinishi, turistik o'rgatuvchining saqlanishi mavzuida kerakli xarakatlar qilinishi, atrof-muxit muammolarining xal qilinishi kabi vazifalarni ham o'z ichiga olgan;

- xususiy sektor ishlaridagi munosabatlar va hamkorliklar.

Turistik maxsulot ko'pincha xususiy sektor shaxslari tarafidan bajarilgan ishlar natijasida yuzaga chikmoqda. Bu mavzuida muvaffaqiyatga erishish uchun, xususiy sektordagi xar xil turistik shaxslar orasida keng hamkorlikka ehtiyoj mavjud. Davlat turizm tashkiloti boshchiligida bir tomondan turistik maxsulot xosil bo'lishida to'ridan – to'ri, boshqa tarafdan turistik talab va taklif orasida muvozanatni saqlash uchun xususiy sektor ishlariga aralashadi;

- tadqiqotlar olib borish. Turistik tashkilot iqtisodiy va statistik usullar yordamida kerakli tadqiqotlar olib boradi, bu tadqiqotlarning iqtisodiy rejalashga, boshqa milliy va millatlararo tadqiqotlarga mosligi va sotishga aylanuvchi bo'lishi e'tiborga olinishi kerak;

- turistik tashkilot milliy va xalkaro rejada turistik maxsulotning rivojlantirilish vazifasini o'rniga keltirish mavqeidir.

3. Pul manbalari. Turizm siyosatining muxim vositasi puldir. Chunki, etarli mablar ko'lga kiritilmasdan siyosatni amalga oshirish, tashkilotga xarakat, dinamizm berish sharoiti yo'q. Zero, turizmning faqat eski ruhiyat bilan yurmasligi haqiqatdir.

4. Avtoritet. Avtoritet konunlarining, xususan turizm bilan bo'lik mavzuini amalda qilinishi bo'yruqlarning bajarilishi uchun davlat boshqaruvchilarining ko'lidagi kuchni ifodalaydi. Masalan, eng mukammal avtoyo'llar, bu yo'llarda ximoya va asabiylashish bo'lmasligi, konunlarning amalda qilinmasligi o'z vaqtida

ma'nosini yo'qotadi. Bir mexmonxona rahbarining tayyorlanishi uchun otelchilardan kerakli ma'lumotni beradigan avtoritet, baxo nazoratini ta'sirli qiladigan nazorat o'tkazish sharoiti yo'q bo'lsa, konunlarni amalda qo'llashni topib bo'lmasa, turizm siyosati faqat bir xujjatdan boshqa narsa bo'la olmaydi.

5. Koordinastion. Turizm siyosatida muvaffaqiyatga erishish, turizm bilan uzoq yoki yaqindan qiziqish bo'lgan xamma tashkilotlar va kishilar orasida oxangli ishlashning bosh sharti ekoordinastiondir. Aks xolda, turistik faoliyatlar ta'sirchanligini yo'qotadi.

O'zgaruvchanlik: turizm siyosatining muvaffaqiyati uchun mas'uliyatli shaxslarning qaror qabul qila olishi, amal qilishi va qarorlarni o'zgartirishda ega bo'lgan talanti yaxshi niyatni ifodalaydi. Shuningdek, turizmning xech qachon kechirilmagan qattiq munosabati oldi olingan bo'ladi.

6. Atrof-muxit munosabatlari. Turizm faoliyatlari jismoniy va ijtimoiy muxitda paydo bo'ladi. Shu sababdan, turizm faoliyatlariga yo'l ochgan siyosat jismoniy va ijtimoiy muxitni tartibga solish, ta'sirlarni oldini olish uchun qo'riqlovchi choralar keltirmokda. Boshqacha aytganda, turizm siyosati tabiiy va artistik muxitning qo'riqlanishiga, shaxarlashuvga mos bo'lgan umumiy bir infratuzilma yaratishni ko'zlagan siyosatga mos bo'lishi kerak.

7. Muvozanat. Turizm siyosati, bir tomondan talab va taklifning optimal nuqtada muvozanatlanishiga, boshqa tomondan fundament orasida bo'lishiga sharoit yaratib berishi kerak.

8. Inson. Inson turizm faoliyatlarining ichidadir. Turizm industriyasi xizmat industriyasi bo'lganligi uchun inson bu industriyaning doimo asosini tashkil etmokda. Chunki, joy o'zgartiradigan xam, xizmat qiladigan xam insondir. Shu sababli, faoliyatning muvaffaqiyati insonga bo'flikdir.

9. Nazorat. Turistik faoliyatlarda xar qadamda nazorat mavjud bo'lishi lozim. Turizm siyosatida nazorat maksadlarga erishishda mas'uliyatli shaxslarni topish, xatolarni aniqlash, xatolarning sabablarini o'rtaga qo'yadigan eng muxim vazifasidir.

10. Iqtisodiy, unumli va global vazifalar. Turizm siyosati umumiy iqtisodiy faoliyat bo'lib, davlatning pul, transport, ichki va tashqi tijorati kabi sektor mavkeidagi siyosatlaridan paydo bo'lgan umumiy iqtisodiy siyosatga mos bir ma'no tashish majburiyati bordir. Turizm siyosatining ilmiy ma'nosi ichida unumli maqsadlar qarashiga va maqsadlarga unumli shaklda tanlangan vositalar bilan erishish xam majburiyatdir. Nixoyat turizm siyosati to'ridan-to'ri yoki aloqador madaniy va ijtimoiy boshqa mutaxassislarni anglatishi kerak. Jami bu mutaxassislar sababli, turizmga eng muhim mavzulardan birining «koordinatsion» ekanligini takrorlashda foyda ko'rilmokdadir.

6.2. Turizm siyosatining muvaffaqiyatli shartlari

Turizm siyosatining muvaffaqiyatli shartlari, boshqacha qilib aytganda, ko'rilgan choralar yordamida ko'zlangan maqsadlarga erishishi, muvaffaqiyatning ta'sirchan (maqsadlarga) shaklda davomiyligi bir- biridan farqli ba'zi shartlarga bo'liqdır. Turizm siyosatini ko'zlagan va ish yurituvchi manfaatdor kishilar bu muvaffaqiyat shartlarini chora-tadbirlari bilan e'tiborga olishlari lozim. Muvaffaqiyat shartlarining bir qismi kamida ma'lum bir vaqt uchun o'zgaras ma'lumotdir, bir qismi esa o'zgarishi mumkin. Bu xolat turizm siyosatida mavjud ma'lum shartlar ostida yaratilishi mumkin bo'lmagan maqsadlardan voz kechib, kelgusi shartlarda muhim o'zgarishlarga erishishgacha yangi maqsadlarning ko'zlanishiga olib keladi. Turizm siyosatining muvaffaqiyatli shartlari, iqtisodiy, ijtimoiy, xukukiy, demografik shartlar va foydalari bo'lishi ustiga tadkik qilinishi mumkin.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotining shakllanishi jaxon bozorlarida turim sohasidagi keskin o'zgarishlar davrga to'ri keldi. Jaxonda turizm iqtisodiyotning ahamiyatli tarmoqlaridan biriga aylandi. Turizm industriyasi millionga yaqin ishchi va xizmatchilarni ish joylari bilan ta'minlab, ular kasb maxoratining o'sishiga imkoniyatlar yaratib bermokda. Shuni aytib o'tish kerak-ki, bu soxada ish bilan ta'minlanish boshqa soxalarga qaraganda ikki barobar tez o'smokda.

Ichki va xalqaro turizm rivojlanishi tartibsiz ravishda sodir bo'lmaydi. Bu boshqarilishi kerak bo'lgan inson faoliyatining maxsus shaklidir. Turizm industriyasida boshqaruvning rivojlanishiga ijtimoiy-iqtisodiy, texnik va texnologik omillar ta'sir qiladi. Masalan, iqtisodiyot beradigan daromadlarsiz turizmning ommaviyligiga erishib bo'lmaydi, demak boshqarilish vositasi ham mavjud bo'lmaydi.

O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida fuqarolarning dam olish huquqlari belgilab ko'yilgan, lekin bu huquqdan foydalanish uchun qator ijtimoiy yo'nalishdagi muammolarni hal qilish kerak: transport, yo'l, ovqatlanish va boshqalar shular jumlasidandir. Bu erda ham boshqarilishi kerak bo'lgan turizm infratuzulmasi nazarda tutilmoqda.

6.3. O'zbekiston turizmi iqtisodiyotida hukumat organlarining tutgan roli

Butun jaxon hamjamiyati davlatlarning tashqi siyosiy va tashqi iqtisodiy faoliyatida xalqaro turizmning ijtimoiy - siyosiy va ijtimoiy - iqtisodiy rolini yuqori darajada ekanligini tan oladi. Jaxon xo'jaligi darajasida xalqaro turizmning dasturli rivojlanishi, BMT, uning ixtisoslashgan organlari, turizm sohasida juda yirik ilmiy - ijtimoiy dasturlar va boshqa xalqaro tashkilotlar dasturlari orkali amalga oshiriladi.

Turizm infrastrukturasining rivojlanishi har bir davlat tomonidan tuzilgan, konun bilan asoslangan huqukiy muxit va konstitutsiya kafolatlari doirasida amalga oshiriladi. Bu muxitning liberalizatsiya darajasida turizm faoliyatining barcha sub'ektlari va turistlarga yuridik va fuqarolik kafolatlarining to'la saqlanishi eng avvalo xalqaro turizmning samaradorligiga bo'liqdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida va bozor munosabatlari rivojlanishi natijasida O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yuzaga kelayotganligi, turizmning respublika iqtisodiyotiga yanada integratsiyalanishi mamlakat iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etmoqda. Jaxon iqtisodiyoti tajribasidan ma'lumki, turizm sohasi mamlakat xazinasiga uchun zarur bo'lgan

valyuta tushumini ta'minlash, yangi ish joylarini vujudga keltirish va shu bilan birgalikda axolining turmush darajasini ko'tarish uchun xizmat qiladi. Respublikamiz xalqaro turizm biznesidagi imkoniyatlarining kattaligi bilan qo'shni mamlakatlardan tubdan farq qiladi. O'zbekistonning geografik o'rnini nixoyatda qulay, ajoyib tabiiy iqlim sharoitiga egaligi insoniyat madaniy taraqqiyotida xam katta o'rin tutadi. O'zbekiston nodir tarixiy arxitektura yodgorliklariga, shirinshakar mevalar, xilma-xil taomlar, ajoyib milliy an'ana, urf-odatga ega bo'lgan mexmondo'st xalqqa ega. Bularning barchasi chet ellik turistlar e'tiborini o'ziga tortadi va kishilarni lol qoldiradi. Xalqaro turizmni rivojlantirishda O'zbekistonda mavjud bo'lgan siyosiy barqarorlik xam muxim o'rin tutadi. Ammo xalqaro turizm taraqqiyoti darajasini yukori bosqichga olib chiqishda xali ko'p isloxlarni amalga oshirish, kechiktirib bo'lmas choralarni belgilash va ularni jadallik bilan xayotga tadbix etish lozim bo'ladi.

Keyingi yillarda xukumat tomonidan turizm soxasini rivojlantirishga e'tibor ko'payib bormoqda, buni xukumat tomonidan qabul qilingan qaror va farmonlar misolida xam ko'rib o'tish mumkin. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1992 yil 27 iyuldagi №447-raqamli farmoniga asosan «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining vujudga kelishi va bu tashkilotning 1993 yili Butunjaxon Turizm Tashkilotiga a'zo bo'lib kirishi turizm taraqqiyoti soxasida qo'yilgan ulkan qadam bo'ldi. Respublikada xalqaro turizmni yangi bosqichga ko'tarish va samara bilan faoliyat ko'rsatishga mos keladigan yangi sharoit va mexanizm vujudga keldi. Xozir O'zbekistonga tashrif buyurayotgan turistlarning deyarli xammasi mazkur kompaniyaning xizmatlaridan foydalanmoqda.

O'zbekistonda bozor munosabatlari sharoitida turizm biznesini rivojlantirish chora-tadbirlari davlat tomonidan belgilangan bo'lib, iqtisodiy aloqalarni yanada rivojlantirish uchun turli bitimlar, kelishuvlar amalga oshirilgan va oshirilmokda. Shu bilan bir vaqtda xalqaro turizmni rivojlantirishda amalga oshirilishi muxim bo'lgan ishlar quyidagilardan iborat deb bilamiz²¹:

²¹ Абдулқосимов Х. «Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш муаммолари ва истиқболлари». Магистрлик диссертацияси. ТДИУ 2005 . -54 б

- Turizm biznesida kichik va xususiy tadbirkorlik faoliyatidan keng foydalanish va xalqaro bozorlarga chikishga intilish;
- maxalliy axborot agentliklari orqali rivojlangan mamlakatlarni O'zbekistonning turistik imkoniyatlarni tanishtirishga xarakat qilish;
- turizm soxasida ishlaydigan mutaxassislarni chet ellarda bir yilda kamida bir marta malaka oshirishga yuborish, o'qitish, ular uchun barcha imkoniyatlarni yaratib, turistlarga sifatli xizmat ko'rsatishni yo'lga ko'yish;
- respublikamiz vakillarining Evropa mamlakatlarida o'tkaziladigan turistik yarmarkalarda doimiy ravishda ishtirok etishini ta'minlash;
- xalqaro turistik tashkilotlar bilan axborot almashishni yaxshilash, birgalikda faoliyat yurita oladigan davlatlar bilan qo'shma korxonalar, kompaniyalar tuzish va ular faoliyatini keng yo'lga ko'yish;
- ichki turistik bozorda o'zaro raqobatni yanada kuchaytirish va boshqa tadbirlarni amalga oshirish muxim ahamiyatga egadir.

Turizm infrastrukturasini rivojlantirish O'zbekiston iqtisodiyoti uchun foyatda zarur bo'lib, uning imkoniyatlaridan kelib chikib, turizm soxasi orqali axolining moddiy farovonligini yaxshilash, ularni ish bilan ta'minlash uchun yangi ish o'rinlarini tashkil qilish mumkin bo'ladi. Bu maqsadga erishish uchun xali amalga oshiriladigan ishlar ko'lami juda keng.

6.4. O'zbekistonda turizm itisodiyotini rivojlantirishda "O'zbekturizm" MK ning o'rni

1. "O'zbekturizm" MK (keyingi o'rinlarda Kompaniya deb ataladi) turizm soxasidagi vakolatli davlat organi xisoblanadi va o'z faoliyati to'frisida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Ma'xkamasiga xisob beradi.

2. Kompaniya tizimiga quyidagilar kiradi:

Samarkand, Buxoro, Xorazm mintaqaviy bo'limlari;

O'zbekiston Respublikasi viloyatlari markazlaridagi Sayoat va ekskursiya byurolari davlat korxonalari;

"Respublika ilmiy - o`uv konsalting markazi" davlat korxonasi;

"Dispatcherlashtirish va xizmat ko`rsatish markaziy bosharmasi" davlat korxonasi;

tasarrufidagi boshqa tashkilotlar.

3. Kompaniya o`z faoliyatida O`zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasiga va onunlariga, O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi arorlariga va boshqa ujjatlariga, O`zbekiston Respublikasi Prezidenti farmonlari va farmoyishlariga, O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Makamasi arorlari va farmoyishlariga, shuningdek ushbu Nizomga amal iladi.

4. Kompaniya o`z faoliyatini davlat bosharuvi organlari, maalliy davlat okimiyati organlari, jamoat birlashmalari va boshqa tashkilotlar bilan o`zaro amkorlikda amalga oshiradi.

5. Markaziy apparat va mintaaviy bo`limlar ta`minotiga arajatlar litsenziyalar berish to`g`risidagi arizalar ko`rib chiilganligi uchun yig`imlardan, sertifikatlashtirishga doir xizmatlar ko`rsatishdan tushumlar amda onun ujjatlarida ta`ilanmagan boshqa manbalar isobiga mablag` bilan ta`minlanadi.

6. Kompaniya va uning mintaaviy bo`limlari yuridik shaxs isoblanadilar, O`zbekiston Respublikasi Davlat gerbi tasviri tushirilgan va o`z nomi yozilgan murga ega bo`ladilar.

Kompaniyaning vazifalari va funkstiyalari

7. Qo`yidagilar Kompaniyaning asosiy vazifalari isoblanadi:

turizm soasida yagona davlat siyosati o`tkazilishini ta`minlash, turistik xizmatlar infratuzilmalarini shakllantirishga ko`maklashish;

turizmni rivojlantirish davlat dasturlarini, turistlarning muofaza ilinishi va xavfsizligini ta`minlash dasturlarini amalga oshirish;

turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish;

turizm soasida reklama - axborot siyosatini amalga oshirish;

turizmni rivojlantirish soasiga xorijiy kreditlar va investitsiyalarni jalb etish, xorijiy mamlakatlar, shuningdek, xorijiy kompaniyalar bilan amkorlikning uzo muddatli dasturlarini rivojlantirish;

turizm soasi uchun kadrlarni tayyorlash, ayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish chora - tadbirlari kompleksini amalga oshirish, turizm tarmoq fanini rivojlantirishga ko'maklashish;

8. Kompaniya o'ziga yuklangan vazifalarga muvofi uyidagi funktsiyalarni amalga oshiradi:

O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirishning asosiy strategik yo'nalishlarini ishlab chiadi;

turizmni rivojlantirish bo'yicha normativ - uuiy ujjatlar loyialarini ishlab chiishda atnashadi;

turistik faoliyatni litsenziyalash bo'yicha ishchi organ funktsiyasini amalga oshiradi;

"Turizm to'g'risida"gi onunga muvofi turistik xizmatlarni sertifikatlashtirishni amalga oshiradi;

turizm soasida statistik isobot tizimini takomillashtirish bo'yicha takliflar ishlab chiadi;

turizm soasida marketing tadiotlarini tashkil iladi;

taliliy ishlarni amalga oshiradi va respublikada turizmni rivojlantirishning asosiy tendentsiyalari va prognozlarini belgilaydi;

turizmni rivojlantirish bo'yicha takliflar tayyorlaydi amda masadli tarmo va mintaaviy dasturlar bajarilishini muvofilashtirishni tashkil iladi;

turistik xizmatlarning amalga oshirilishini reklama - axborot bilan ta'minlash faoliyatini amalga oshiradi;

xorijiy davlatlarning milliy turistik ma'muriyatlari va ularning O'zbekiston Respublikasidagi Vakolatxonalari bilan amkorlikni amalga oshiradi;

Jaon turizm tashkiloti amda turizm bilan bog'li bosha xalaro tashkilotlar bilan o'zaro amkorlikni ta'minlaydi, ularda respublika manfaatlarini ifodalaydi;

turizm industriyasini rivojlantirishga investitsiyalar jalb etish ishlarida atnashadi;

turizm infratuzilmasini rivojlantirish soasidagi investitsiya loyialarini ishlab chiadi;

tashi bozorda O`zbekiston Respublikasi manfaatlariga rioya etilishini talil iladi amda uning asosida turizm soasidagi salbiy olatlarni bartaraf etish bo`yicha takliflar tayyorlaydi;

turizm soasi uchun kadrlar tayyorlash bo`yicha xalaro dasturlarni amalga oshiradi.

9. Kompaniya o`ziga yuklangan vazifalar va funktsiyalarni bevosita, shuningdek, mintaaviy bo`limlar, tasarrufidagi bosha tashkilotlar orali bajaradi.

Kompaniyaning xukuklari va javobgarligi

10. Kompaniya o`ziga yuklangan vazifalar va funktsiyalarni bajarish uchun uyidagi uularga ega:

tegishli vazirliklar va idoralardan turizm faoliyati masalalari bo`yicha axborotlarni so`rash va olish;

xorijiy davlatlarning Vakolatli organlari bilan belgilangan tartibda axborotlar ayirboshlashni amalga oshiradi;

o`z Vakolatlari doirasida konferentsiyalar, yig`ilishlar, seminarlar, simpoziumlar o`tkazish, ko`rgazmalar va bosha tadbirlarni tashkil ilish, shuningdek, bosha tashkilotlar tomonidan o`tkaziladigan shu kabi tadbirlarda atnashish;

turizmni rivojlantirishga yo`naltirilgan loyixalarni birgalikda ishlab chikish, tajriba almashish maqsadida xalkaro, xorijiy va respublika tashkilotlari bilan amaliy aloqalar o`rnatish;

xalaro normalar asosida otellar, memonxonalar, kempinglar, shuningdek, turistlarga xizmat ko`rsatuvchi bosha ob`ektlar klassifikatsiyasini ishlab chiishda atnashish;

11. Kompaniya o`ziga yuklangan vazifalarning samarali bajarilishi uchun javob beradi.

Kompaniya faoliyatini tashkil etish

12. Kompaniyani onun ujjatlarida belgilangan tartibda lavozimga tayinlanadigan va lavozimdan ozod ilinadigan rais bosharadi.

Raisning ikki nafar, shu jumladan bir nafar birinchi o`rinbosari bo`ladi.

Rais maomiga ko`ra vazirga, rais o`rinbosarlari - vazir o`rinbosarlariga tenglashtiriladi.

13. Kompaniya raisi:

Kompaniya faoliyatiga yakkaboshchilik asosida umumiy rabarlikni amalga oshiradi;

Kompaniya Vakolatiga kiradigan masalalar bo`yicha arorlar abul iladi amda Kompaniyaga yuklangan vazifalar va funktsiyalarning bajarilishi uchun shaxsan javob beradi;

O`z o`rinbosarlarning Vakolatlarini belgilaydi, ular o`rtasida vazifalarni tasimlaydi. Kompaniya tizimidagi bosha mansabdor shaxslarning Vakolatlarini, o`z o`rinbosarlarining va bosha mansabdor shaxslarning Kompaniya faoliyatining aloida uchastkalariga rabarligi amda tasarrufidagi tashkilotlar ishlar uchun javobgarlik darajasini belgilaydi;

Kompaniya tizimi xodimlarining bajarishi majburiy bo`lgan buyrular chiaradi va ko`rsatmalar beradi;

Kompaniya markaziy apparati tuzilmasiga xodimlarning belgilangan umumiy soni doirasida o`zgartirishlar kiritadi, shtat jadvalini, shuningdek, Kompaniya markaziy apparati, tasarrufidagi tashkilotlar arajatlari smetalarini tasdilaydi;

Kompaniyaning tarkibiy bo`linmalari va mintaaviy bo`limlari to`g`risidagi nizomlarni, o`z tizimiga kiradigan tasarrufidagi bosha tashkilotlarning ustavlarini belgilangan tartibda tasdilaydi;

Kompaniya markaziy apparati xodimlarini, mintaaviy bo`limlarning, Kompaniya tizimiga kiruvchi tasarrufidagi boshqa tashkilotlarning rabarlarini belgilangan tartibda lavozimga tayinlaydi va lavozimidan ozod iladi.

Rais onun ujjatlariga muvofi boshqa Vakolatlarni amalga oshiradi.

14. Kompaniyada tarkibiga Kompaniya raisi (xay'at raisi), rais o`rinbosarlari (lavozimiga ko`ra), shuningdek, mintaaviy bo`limlar va tasarrufidagi boshqa tashkilotlar rabarlari kiradigan 7 kishidan iborat xay'at tashkil etiladi.

Xay'atning shaxsiy tarkibi raisning tadimnomasiga binoan O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Makamasi tomonidan tasdilanadi.

Kompaniya xay'ati Kompaniya faoliyatining asosiy masalalarini ko`rib chiadi, tarkibiy bo`linmalar, mintaaviy bo`limlar va tasarrufidagi boshqa tashkilotlar rabarlarining isobotlarini eshitadi, kompaniyaning muim buyrulari va boshqa ujjatlari loyialarini muokama iladi.

Xay'at arorlari raisning buyrulari bilan amalga oshiriladi. Rais bilan xay'at o`rtasida kelishmovchilik paydo bo`lgan tadirda rais o`z arorini amalga oshiradi. Rais paydo bo`lgan kelishmovchiliklar to`g`risida O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Makamasini xabardor iladi.

15. Mintaaviy bo`limlar o`z faoliyatini tegishli viloyatlarning xokimlari bilan kelishgan olda Kompaniya tomonidan tasdilangan nizomlarga muvofi amalga oshiradilar.

Kompaniyaning mintaaviy bo`limlari rabarlari lavozimga tegishli viloyatlar xokimlarining tadimnomasiga binoan rais tomonidan tayinlanadi.

arorda kompaniya mintaaviy bo`limining namunaviy tuzilmasi am tasdilangan. Unga ko`ra, mintaaviy bo`limga bosharuvchi (1 kishi) rabarlikni amalga oshiradi. Shuningdek, turizmni rivojlantirish bo`limi (1 - 2 kishi), xususiy turistik firmalar bilan ishlash va litsenziyalash masalalari bo`limi (2 kishi), buxgalter - kassir (1 kishi) ishlashlari belgilab berildi.

Barcha mintaaviy bo`limlar xodimlarining cheklangan umumiy soni - 24 kishi, shu jumladan, bosharuv xodimlari - 16 kishi, ulardan: Samarand mintaaviy

bo`limi - 6 kishi, Buxoro mintaaaviy bo`limi - 5 kishi, Xorazm mintaaaviy bo`limi - 5 kishi ilib belgilandi.

Xulosa

Turizm siyosati davlatning umumiktisodiy va tashqi aloqalar siyosatida muxim rol o`ynovchi omildir. Chunki davlatlar o`rtasidagi barcha aloqalarni rivojlantirishda turizm muxim rol o`ynaydi. Davlatning turizm soxasiga kizikishga va e`tibor berishga bir qancha omillar ta`sir qiladi. Bular iktisodiy, ijtimoiy, moddiy va atrof muxit omillari. Respublikamizda ushbu omillarning rivojlanishi uchun xukumat tomonidan bir qancha konunlar, farmonlar chikarilgan. Lekin ularning aksariyati xanuzgacha xayotga tadbik qilinganlari juda kamdir. Shuning uchun asosiy e`tiborni malakali xodimlarni tayyorlashga e`tibor qaratish zarurdir.

Nazorat savollari

1. Turizm siyosati nima?
2. Turizmda iktisodiy va ijtimoiy omillar nima?
3. Turizmda madaniy va atrof-muxit omillari nima?
4. Turizm siyosatini tashkil qiluvchi omillarga nimalar kiradi?
5. Turistik tashkilotlarining vazifalari nimalardan iborat.
6. Turizm siyosatining muvaffaqiyatli shartlari nima?
7. Turizm siyosatining iktisodiy muvaffaqiyati nimalardan iborat bo`ladi?
8. Davlatning turizm siyosatidagi o`rni qanday bo`lishi kerak?
9. O`zbekistonda turizmni rivojlantirishda qanday siyosat olib borilmoqda?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O`zbekiston Respublikasi Vazirlar maxkamasining «Turizm to`rtisidagi» konuni. 1999 yil.
2. Lifist I. M. Standartizastiya, metrologiya i sertifikastiya: Uchebnik. – M.:

Yurayt-Izdat, 2006. 336 s.

3. КОЗЫРЕВ V.M. , Зорин I.V., Surin A.I. i dr. Menedjment turizma. Ekonomika turizma uchebnik (seriya menedjment turizma), - M.: Finansy i statistika, 2004. 253 s.

4. Borisov Yu.I., Sigov A. S., Nefedov V. I. Metrologiya, standartizatsiya i sertifikatsiya: Uchebnik. – M.: FORUM: INFRA-M, 2005.

5. Abdulqosimov X. «O'zbekistonda turizmni rivojlantirish muammolari va istiqbollari». Magistrlik dissertatsiyasi. TDIU 2005 . -81 b

6. Основные показатели развития туризма в 2003 г. VTO. Madrid. 2004. 30 s.

7. Internet saytlari.

www.world-tourism.org – Vsemirnaya turistskaya organizatsiya

www.tag-group.com – Konsultativnaya gruppa po voprosam turizma (TAG)

7. Bob. Turizm infratuzilmasida sarmoyaning xususiyatlari

7.1. Turizm infrastrukturasida sarmoya tushunchasi

7.2. Turizmda sarmoya loyixalarining rivojlantirilishi

7.3. Turizmda sarmoya loyixalarini moliyalashtirish

7.4. Asosiy turistik xujjatlar majmuasi

7.1. Turizm infrastrukturasi sarmoya tushunchasi

Sarmoya ma'lum muddat ichida ishlab chiqarilgan maxsulot va xizmatlarning xususiy va davlat sektori tomonidan tugatilmagan va eksport kilinmagan shaklidir. Turizm sarmoyalarining xususiyatlari sababli barkaror sarmoya tushunchasini mikro - iqtisodiy darajada xam ko'rib chikish kerak bo'ladi. Bu paytda barkaror sarmoya tovarlari, inshoot sarmoyalari, asbob uskuna, er va bino olinish 3 bo'limdan xosil bo'lmokda. Faqat, turizm sektori sarmoyalari xam inshoot, uskunalar va er vositalarini o'z ichiga olmoqdadir. Turistlarning tunash, ovqatlanish, xordiq chikarish va tomosha qilish ehtiyojlarini oladigan muassasa, bino va uskunalarining xammasiga ajratilgan mablaflarga turizm sarmoyasi deyiladi. Bu tushuncha bilan, asosan yukori tuzilish sarmoyalari qilib nomlantirilgan tunash korxonalari (mexmonxona motel, ob'ekt, kemping, dam olish joyi, pansionat, apart-mexmonxona) nazarda tutiladi. Sarmoya loyixasi asosi tushunchasidan turizm sarmoya loyixasi quyidagi shaklda izoxlanadi. Mavjud va kelgusidagi turizm talabining bir qismini qondirish uchun, kirishuvchan va jamiyat foydasiga, iqtisodiy tamoyilga mos qilib tayyorlangan va formulaga solish, iqtisodga turizm bilan bo'flik maxsulot va xizmat taklif qilish maksadini anglatgan loyixalarga "turizm sarmoya loyixasi" deyiladi. Turizm sarmoya loyixasi mavjud turizm potentsialini baxolash, maxalliy va xorijiy turist talablarini qondirish, yangi tayyorgarlik imkoniyatlarni yaratish, mamlakatga valyuta kirishini ro'yobga chikarib milliy rivojlanishga yordamchi bo'lish, tijoriy joyda foyda olish kabi maksadlardan bir nechtasini ro'yobga chikarish yuzasidan, tovar va xizmatlarni ishlab chikarib sotish uchun turizm bo'limlarining qurilish va ishlatilishiga qaratilgan loyixa ishlarining yifindisidir.

Turizm sektorida sarmoya loyixalari bevosita turizm muassasasi va korxonalari, boshqa iqtisodiy korxonalardan farqli bo'lgan ma'lum xususiyatlar tashiydilar. Sarmoya beruvchi shaxs yoki korxonalar bilan loyixa tuzuvchi va

baxolantiruvchi mutaxassislar sektorining bosh xususiyatlarini yaqindan bilishlari, sarmoya qarorlarining olinishidan unumli xarakat qilib qolmasdan, eng mos qarorlarga erishishda asosiy unurni xosil qiladi. Turizm sektorining tuzilishida mavjud bo'lgan dalillarning ko'pchiligi yuqori saviyalarda foyda olishlikning ro'yobga chikishiga monelik qilmokdadir. Turizm sarmoyalari ichida tunash korxonalari barkaror sarmoya mikdorining boshqa industriyalarga karaganda juda ko'p ajratiladigan sarmoyalardir. Turizm sarmoyalardagi bu barkaror sarmoya kalinligi, barkaror baxolar ko'pligi, xususan sarmoyaning rentabelligi jixatidan va sarmoya aylanish tezligi jixatidan axamiyatli bir omildir.

Barkaror xarajatlarning yuqori bo'lishi. Turistik korxonalarda, xususan sarmoya qilingandan keyin boshqarish jarayonida, barkaror xarajatlar asosiy xarajatlarning 70-80% nisbatigacha ko'tariladi. Buning asosiy sababi, energiya, ta'mirlash, personal, amortizastiya, foiz va shunga o'xshash xarajatlarning chizik to'likligidan mustakil bo'lgan davomiyligini ko'rsatish kerak. Barkaror xarajatlarning yuqori bo'lishi, rentabellik jixatidan axamiyatli bir raqamdir va foydaga o'tish nuqtasining ijro va xajmi foydalanish mikdori munosabatini o'irlashtirmokdadir. Turizm sarmoyasi bokimidan eng axamiyatli xususiyat va kritik omil bu aloqadir. Quy tuzilish muassasalari (yo'l, suv, elektr - energiya, kanalizastiya, telefon va x.k). butunlay bo'lmagan joylarda qilingan turizm sarmoyasining foydali bo'lishi mumkin emas.

7.2. Turizmda sarmoya loyixalarining rivojlantirilishi

Turizmda samoya loyixalarini rivojlantirish boskichlarning xammasida bo'lmokdadir. Bu erda eng muammo quy tuzilmaning qaysi nisbatida turizm sarmoyasi bilan to'fridan-to'fri boflanishda bo'lganidir. Biror turistik joy uchun qilingan xavo maydoni (aeroport) ning kengaytirilishi, yangi bir kuruklik yo'lining qurilishi ayni vaktda xamma mintaka transportiga va boshqa sektorlarga foydali bo'lmoktadir. Masalan: turistik muassasalar kompleksi uchun ro'yobga chikarilgan suv va kanalizastiya kanallaridan, kompleksning joylashish nuqtasidan shaxar, tuman yoki qishloq axolisi xam foydalanadi. Turistik muassasalar barpo qilish

uchun qilingan kuyi tuzilma sarmoyasi boshqa sektorlarda va qo'shni tumanlarda xam foydalanilganidan turistik muassasalar qurilish sababi bilan ro'yobga chiqqan kuyi tuzilma sarmoyasi tannarxini faqat muassasalar bilan bo'liq qurish va u muassasalarning tannarxiga qo'shish, tannarx xisoblarini bunga ko'ra yuritish, xususan, noto'g'ridir. Aksincha, turistik muassasalar asosan shaxar mexmonxonalari, shaxarning mavjud xamma kuyi tuzilish imkonlaridan foydalanmoqdalar. Faqat bu foydalanish mavjud bir davlat xizmati sarmoyasidan foydalanish chegarasidan o'tmaydi²².

Turizm talabining sarmoyaga ta'siri, xar qancha sarmoya loyixalarining tayyorlanish boskichida bozor vazifalarining ichkarisida o'rganilgan bo'lsa xam ko'pincha unumli bo'lmagan omillarga bo'liq bo'lgani uchun o'lchanish va baxolantirilish xam qiyindir. Ichki va tashqi turizm talabi faqat daromad kabi iqtisodiy omillarning rol o'ynagani bir soxa bo'lmasdan moda, ko'rgazma, iste'mol xavosi, snobizm, ijtimoiy-psixologik omillar kabi bir nechta omil xam turizm talabining ta'sirchisidir.

Turizm bozorini mukammal o'rganish, xavas anketalarini qo'llash, davomli bozor nazorati qilish shartdir. Turizm sektoridagi loyixalarning xar qaysi bir sektor loyixasi kabi oddiy bir shaklda qo'lga olinmasligini bilish lozim. Shu sababli xam sektorlararo alternativ sarmoya loyixasini muxokama qilish murakkab. Turizm sarmoyasi loyixalarining milliy iqtisodiyotga bo'lgan ta'siri yuqori, xosil qilganlari korxona foydasini boshqa sektorlarga qaraganda juda kam qanoatlantiruvchi bo'lgani uchun bu loyixalarni baxolashda alternativ loyixalar asosiy o'rin egallaydi va loyixalarning rafbatlantirish tadbirlaridan keraklicha foydalanishlari asos qilib olinadi. Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun jismoniy rejalashtirish ishlarining yuritilishida xisoblanmaydigan foydalar bo'lmokdadir.

7.3. Turizmda sarmoya loyixalarini moliyalashtirish

²² Жукова. М.Ж., Менеджмент в туристском бизнесе. Учебная пособие.- М. Финансы и статистика, 2005 - 88с

Turizmda sarmoya loyixalarini moliyalashtirish manbalari turizm sarmoya loyixalari bajarilishining tekshirilishi uchun sarmoya loyixasi taxlil kilinadi. Rivojlantirish ishlarining yuzaga chikargan natijalari ma'lum kriteriyalar jixatidan mezonlashtirish taxlili tobe tutiladi. Sarmoya loyixalarining moliyalashtirilishi tugatilgan loyixalarning tadbik qilish soxasiga ko'yilish yoki ko'yilmasligi qaror kilingan, sarmoya alternativlaridan kay birining tanlanishida makro va mikro iktisodiy yo'nalishidan manfaatli bo'lishi aniklangan bo'ladi.

Loyixani moliyalashtirish operastiyasining ma'lum kriteriyalarga asoslanib yuritilishi, chikariladigan qarorning to'friligi va manba ta'minlanishida eng samarali soxalarning belgilanishi majburiydir. Loyixani tayyorlagan kishi yoki gurux mavzuga odatlanganligi sababli kilingan xatolarni aynan kabul qilish va yangilash payida bo'ladi. Shu sababli, sarmoya loyixalarini moliyalashtiradigan kishi yoki gurux bilan tayyorlangan kishi yoki guruxning farkli bo'lishi mavzusi ustida talabchanlik bilan yoritilishi kerak xar qancha turizmde baza yaratish, valyuta kirimini yaratish kabi funkstiyalarga soxib bo'lsa xam bu xususiyatlar turizm soxasida kilinadigan xar sarmoyaning munosib bo'lish yoki bo'lmasligini qaror bera olish uchun etarli soliklar emasdir. Shu sababli turizm sarmoya loyixalarining xosil qiladigani foydalar bilan keltiradigani tannarxlarning kiyoslanish yo'liga ketilishi kerak.

Industriya loyixalarining moliyalashtirilishida ko'llanilgan uslublari turizm sarmoyasi loyixalarini moliyalashtirish uchun xam joriy kilinadi. Turizm loyixalarining moliyalashtirilishi uchun kerakli ma'lumotlar. Turizmde sarmoya loyixalarining moliyalashtirilishi uchun oldin bozor izlanishlari aniklangan to'liqlik nisbatlari bilan loyixada ko'llaniladigan narxlarning soflom va ishonchli soliklarga tayanib - tayanmasligi nazorat kinishi kerak. Turizmde sarmoya loyixalari ma'lum bir tovar yoki xizmat ishlab chikarilishiga ta'minlanishi ko'zlangan manbalarining iktisodiy va moliyaviy tomondan avantajli bir ta'minlanish bo'lish - bo'lmasligini ko'rsatishi yuzasidan ro'yobga chikarilmokdadir.

7.4. Asosiy turistik xujjatlar majmuasi

1. Turistik sayoatning yo`nalishi bo`yicha texnologik xarita - turdagi ko`rgazmali, eng kerakli ma'lumotlar va axborotlar majmuasidir. Ba'zi ollarda yo`nalishning o`ziga xos xususiyatlari va turistik xizmatga arab ma'lum bir punktlari oldirilishi mumkin. Shuningdek, u turistik korxonalarning yo`nalish bo`yicha aiiy imkoniyatini ko`rsatadi amda nazorat ilish va uni kuzatishga imkoniyat yaratadi.

2. Turistik sayoat yo`llanmasiga isacha axborot varaa (blanka)si turistik sayoat yo`llanmasi yoki vaucherning ajralmas o`shimchasi bo`lib, u turistlarga mo`ljallangan yo`nalish bo`yicha o`zida zaruriy va o`shimcha malumotlar bo`linmalariga ega bo`ladi.

Axborot varaasi uyidagi ma'lumotlarni salaydi:

- turistik sayoat ko`rinishi va turi, sayoat paytidagi xizmat dasturining asosiy majmuasi, yo`nalishning uzunligi va vati, uning (poxod) bo`limi, poxod kategoriyasi va boshqa ma'lumotlar bo`yicha ko`rsatma;

- sayoat trassasi yozuvi, to`xtash shaobchasi, to`xtash vati va ar bir xizmat shaobchasidagi joylashuv sharoitlari (bino turi, xonadagi joylar soni, uning santexnik jiozlari);

- sayoat ududining isa yozuvi (e'tiborga loyi joylari, joy relefining xususiyatlari va okazo), ar bir shaobchasidagi xizmat ko`rsatish dasturi;

- o`shimcha to`lovga ko`rsatiladigan xizmatlar majmui;

- sport inshootlari, maydonlar, avto to`xtov joylari, yo`lovchi yo`llari, suv avzalari, atraktsionlar, bolalar o`ynash maydonchalari (xonasi), kutubxona, kinozal va okazolarning mavjudligi va isa xarakteristikasi;

- turistik sayoat boshlanadigan turizm tashkilotining manzili va unga etib borish manzili;

o`shimcha ma'lumotlar majmuasiga turning yo`nalishi bo`yicha uyidagilar kiradi:

- yosh bo`yicha chegirmalar, ota - ona va bola, oilaviy abul aida ma'lumot;

- poxodli tur sayoat bo`yicha maxsus ma'lumot;

- ma'lum tur yoki yo'nalish spitsifikasi va xususiyatlari bo'yicha ma'lumot va tavsiyalar.

"Tur yo'llanma" TUR - 1 shaklidagi turistik yo'llanma at'iy isob asosidagi varaa bo'lib, mijozga bo'lajak tur aida to'la ma'lumot berib, ma'lum rekvezitlar majmuasi yig'malaridan iborat bo'ladi. Bu yo'llanma shakli odatiy bo'lib, u tur korxonalarga yo'llanmalarni ko'paytirganda ularni to'ldirish imkoniyatini yaratadi va bosha zaruriy ma'lumolar bilan to'ldiriladi. Bu ani isob kitobli varaa bo'lib, aoli bilan nat pul isob - kitobida kassa mashinalarsiz amalga oshirilishi mumkin. Yo'llanma yozilgan (berilgan) kuni va uni sotilgan kuni uni buxgalter isob -kitob schyot(raam)larida ko'riladi. Yo'llanma berilganda yirtilgan taloni tur masulotning sotilganligi aidagi ma'lumotni va kunini tasdilovchi ujjat sifatida oladi va S (o'shilgan iymat solig'i) bo'yicha engilliklar o'llanishiga asos bo'ladi. Nat pul bilan isob - kitob ilinganda yo'llanma asosi (koreshog) bosha ujjatlar bilan salanadi.

Nakd pulsiz isob - kitoblarda korxonada berilgan yo'llanma asoslari va salanishi tashkil ilinishi shart. Yo'llanmalaring soli inspektsiyasida ayd ilinishi va uning nomerlanish oidasi onun tomonidan belgilangan.

3. Bron (bandlash) varaasi tur operatorga turistik masulotni tashkillashtirish uchun turist yoki turistlar guruining vakili bo'lgan kishining ani buyurtmasidir. U dastlabki shartnoma sifatidagi kelishuv sifatida yozma ravishda rasmiylashtiriladi.

4. Mijoz - turagent o'rtasidagi shartnoma varaasining asosiy majburiyatiga uyidagilar kiradi:

- tur operator (sotuvchi) aida, turizm faoliyatini amalga oshirish uuini beruvchi litsenziya aida, korxonaning uuiy manzili va bank rekvizitlari aidagi ma'lumotlar;
- turistik masulotni sotish uchun zarur amda turist (xaridor) aida ma'lumot;
- abuldagi tur operator (sotuvchi amkori), shu jumladan, litsenziya, uuiy manzili, bank rekvizitlari va aloa telefonlari aida ma'lumot;
- turistik masulotning iste'molchilar xususiyatlari, tashrif dasturi va sayoat yo'nalishi, turistlarning xavfsizlik sharoitlari va turistik masulotning sertifikatsiyasi;

- sayoatni boshlanish va tugash sanasi amda vati, uning davomiyligi;
- turistlarni kutib olish, kuzatish va amroxlik ilish tartiblari;
- tomonlarning uui, majburiyati va javobgarligi;
- turistik masulotning chakana narxi va uni to`lash tartibi;
- gurudagi turistlarning eng kam (minimal) midori;
- guru yig`ilmaganligi sababli, sayoat bo`lmasligini turistga etkazish vati;
- shartnomani o`zgartirish va tugatish shartlari, bu savollar bo`yicha kelib chian nizolarni muvofilashtirish va zararlarni oplash tartibi;
- turist tomonidan da'vo xati tur operator yoki tur agentga turistik masulotning sifati bo`yicha shartnoma muddati tugaganidan keyin 20 kun ichida yozma ravishda tadim etilishi kerak va tadim etilgan kundan 10 kun ichida onitirilmog`i lozim.

Shartnomaning bosha shartlari tomonlarning kelishuviga asosan anilanadi. Kalkulyatsiya, yoki tur narxining isob - kitobi, bron (bandlash) varaasida ko`rsatilgan usul bo`yicha chiariladi. Bunda tur narxi ar aysi aloida xizmat tan narxini o`shib va me'yoriy belgilangan foyda (u tur operator uchun umuman 15 - 20 % tur tannarxini tashkil etadi) foizi o`shish bilan chiariladi. Yo`nalish yozmasi erkin shaklda yozilib, yo`nalish bo`yicha menejer, mutaxassislar va gidlarning ishini engillashtirish uchun, amda tur agent bilan ilingan shatrnomaga ilova sifatida axborot varaasiga o`shimcha ilinadi. Yo`nalish arakat grafigi jadval ko`rinishida tuzilib, ar bir kelish va jo`nash sanasi va vati ko`rsatiladi.

Xulosa

Sarmoya ishlab chikarilgan maxsulot va xizmatlarning xususiy davlat sektori tomonidan tugallanmagan va eksport kilinmagan shakli bo`lganligi uchun xam uni mikroiktisodiy darajada xam ko`rib chikish kerak bo`ladi. Xozirgi paytda Respublikamizdagi turistik korxonalarga investistiyalar keng jalb kilinmoqda. Bular asosan xorijiy investorlar tomonidan ajratilmoqda. Bu shuni ko`rsatadiki, xozirgi kunda mamlakatimizdagi siyosiy barkarorlik aloxida axamiyatga egadir.

Nazorat savollari

1. Turizmda sarmoya nima?
2. Turizmda sarmoya loyixasi nima?
3. Turizmda barqaror sarmoya nima?
4. Turizm loyixalarini rivojlantirish bosqichlariga nimalar kiradi?
5. Turizm talabining sarmoyaga ta'siri qanday?
6. Turizmda sarmoya loyixalarini moliyalashtirish manbalariga nimalar kiradi?
7. Turizm investitsiyasi jihatidan eng ahamiyatli xususiyat va kritik omil nima?
8. Turizm soxasiga investitsiya ajratishda davlat tomonidan qanday imtiyozlar belgilanadi?
9. Turistik tashkilot va muassasalarga investitsiya ajratishda Butunjaxon turistik tashkilotining roli qanday?
10. O'zbekistonda turizm soxasiga investitsiya ajratuvchi tashkilotlarga qanday imtiyozlar joriy qilingan?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar maxkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 "Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish xaqidagi" qarori.
2. Козырев V.M. , Зорин I.V., Surin A.I. dr. Menedjment turizma Ekonomika turizma uchebnik (seriya menedjment turizma), -M.: Finansy i statistika, 2004. 253 s.
3. Jukova. M.J., Menedjment v turistskom biznese. Uchebnaya posobie.- M. Finansy i statistika, 2005 -288str.
4. Buturov I.N. Marketing i menedjment inostrannogo turizma. - M.: Finansy i statistika, 2005 g. 340 s.
5. Tourism: 2020 vision, Madrid, 1997, 21str.
6. Internet saytlari.
www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции
www.travel-library.com – Elektronnaya biblioteka puteshestviy

8.Bob. Turistik faoliyatni listenziyalash

- 8.1. O'zbekistonda turistik faoliyatni listenziyalash tartiblari
- 8.2. Xorijiy davlatlarda turistik faoliyatni listenziyalash
- 8.3. Turistik tovarlar haqida tushuncha
- 8.4. Turoperator va turagentliklarning faoliyati

8.1. O'zbekistonda turistik faoliyatni listenziyalash tartiblari

Turistik firmaning turizm sohasidagi faoliyatining zaruriy sharti - unda listenziya (ruxsatnoma)ning mavjudligidir. Turizm faoliyatini listenziyalash turizmni tartibga solishning muhim bo'linidir. O'zbekistonda turizmni listenziyalash bir necha yillar mobaynida amalga oshirilib kelinmoqda. Bu sohadagi ishni tashkil etishda ham muayyan tajriba to'plangan. 1994 yilda O'zbekiston Respublikasida turizm birinchi marotaba listenziyalanadigan faoliyat turlariga kiritilgan edi. Shu jumladan, Vazirlar Mahkamasining 1994 yil 19 apreldagi 215- sonli qarori bilan listenziyalanishi lozim bo'lgan ba'zi bir faoliyat turlari joriy etildi (shu jumladan, turizm sohasida ham) va listenziyalarni berilishini rasmiylashtirishga doir umumiy nizom ham tasdiqlandi.

Listenziyalash usullarini sinovdan o'tkazib borish, konunchilik bazasining o'zgarishi, taxlil qilish va xalq etishni talab qiladigan muammolarning vujudga kelishi bilan 1998 yili "O'zbekiston Respublikasida turizm faoliyati bilan shugullanish uchun ro'yxatdan o'tish va listenziya berish qoidasi" yangi taxriri kuchga kiritildi²³. Ushbu qoida mulkchilik shakli va idoraviy mansubligidan qat'iyy nazar yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan va turizm sohasiga amaldagi konunchilikka muvofiq faoliyat yuritayotgan korxona, birlashma va tashkilotlarni

²³ Вазирлар маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида туризм фаолияти билан шуғулланиш учун рўйхатдан ўтиш ва лицензия бериш қоидаси». Халқ сўзи. 1998 йил

ro'yxatdan o'tkazish va ularga listenziya berish tartibini belgilab beradi. Yangi bosqichdan turizm sohasida faoliyat ko'rsatadigan ishtirokchilariga talab kuchaytirildi. Shuningdek listenziyalarning bekor qilinishini (chakirib olinishini) ko'zda tutuvchi xolatlar belgilandi. Turizm faoliyati bilan shugullanish uchun listenziya "O'zbekturizm" Milliy Kompaniyasi tomonidan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi xuzuridagi komissiya qarori asosida beriladi. Turizm faoliyati bilan shugullanish uchun listenziya 5 yil muddatga beriladi. Listenziya berilganligi uchun respublikadagi eng kam ish xaqining 25 barobari miqdorida listenziya yifimi to'lanadi. Listenziya yifimi to'lovidan kelib tushadigan mablaflar "O'zbekturizm" Milliy Kompaniyasi xuzuridagi turizmni rivojlantirish markazlashtirilgan fondiga yo'naltiriladi.

Xozirgi vaqtda o'tish davri iktisodiyotini boshidan kechirayotgan O'zbekistonda nafakat iktisodiy islohotlar amalga oshirilmokda, shu bilan birga jamiyatning o'zi xam o'zgarishlar jarayonini boshidan kechirayapti. Ushbu shart-sharoitda 1999 yil 20 avgustda "Turizm to'frisida"gi konunning qabul qilinganligi aloxida ahamiyatga egadir. Unga ko'ra mazkur konunning 8-moddasida turistik faoliyatni listenziyalash turistik faoliyat listenziya asosida amalga oshiriladi deyilgan. Turistik faoliyatni listenziyalash tartibi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi deb yozilgan²⁴. Misol uchun, Butunjaxon turistik tashkilotida bu borada dunyoning turli xil mamlakatlarida turizm sohasini tartibga solish bo'yicha ishlab chiqilgan konunchilik va boshqa me'yoriy xujjatlarga doir juda boy axborot to'plangan. Iste'molchini turizm maxsuloti sifatini belgilovchi tartib va qoidalarining muayyan majmuini ko'llash orqali ximoya qilish mumkin. "Bu esa, muayyan natijalarga erishish yo'llarini belgilash bilan

cheklanib qolmay, ayni paytda ularga erishish majburiyatini xam zimmaga yuklaydi. Yuqorida kayd etilganlardan kelib chiqqan xolda, kelajakda O'zbekiston turistik maxsulotining sifati ko'p xollarda Xususiy Turistik Tashkilotlar uyushmasi

²⁴ Ўзбекистон Республикасининг "Туризм тўғрисидаги" қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.

faol va tashkiliy jihatdan uyushgan faoliyatiga bo'lik bo'ladi degan xulosaga kelish mumkin.

O'zbekiston Respublikasida turizm sohasidagi tadbirkorlik faoliyatini tashkil topishi va rivojlanishining dastlabki bosqichida ko'pchilik kishilar bir vaqtning o'zida turoperator va turagent faoliyatini farqlay olmasdan ushbu faoliyat bilan shugullana boshlashi albatta maqsadga muvofiq emas edi. Hozirgi bosqichda ushbu faoliyat sohasidagi tadqiqotlar va amaliyotdan kelib chiqqan xolda Butun Jaxon Turistik Tashkilotining "Turizm sohasidagi faoliyat turlarini xalqaro tasniflash andozalari"ga muvofiq xolda ushbu soxadagi faoliyat turlarini alohida ko'rsatgan xolda umumiy listenziyalash tizimini joriy etish zarurligi maqsadga muvofiqdir.

8.2. Xorijiy davlatlarda turistik faoliyatni listenziyalash qoidolari

Shimoliy Evropaning aksariyat davlatlarida turizm faoliyati bilan erkin shugullanish amaliyoti mavjud. Jumladan, ularda turistlarga xizmat ko'rsatish bilan shugullanuvchi turoperatorlar va turagentlar faoliyat ko'rsatuvchi tizim shakllangan. Ammo o'tish davri bilan bo'lik murakkablik va avvalombor, turizm bozori etarlicha rivojlanmaganligini hisobga olgan xolda hozircha turizmni tartibga solish va turistik maxsulot sifatini oshirishning muhim bo'fini bo'lgan listenziyalash tartibini respublikamizda qo'llash maqsadga muvofiqdir. Yuqorida qayd etilganlardan kelib chiqqan xolda, listenziya berish shartlarini qiyinlashtirishga ehtiyoj yo'q deb hisoblaymiz. Ayni paytda, turistik firmalarining turistik maxsulot sifati uchun javobgarligini kuchaytirish yuqori samara berishi mumkin.

Ko'pchilik mamlakatlarda, turagent va turoperator faoliyatini tartibga solish darajasida farqlar mavjud. Jumladan, rivojlangan mamlakatlarning turizm amaliyotida turoperatorlik va turagentlik faoliyatni listenziyalashda listenziya yifimi miqdori, tavakkalchiliklarni sufurtalash tizimi, ushbu soxada muayyan ma'lumotga ega bo'lishga doir talablarda farqlanish mavjud. Ushbu faoliyat turlarining belgilangan farqlari, maqsad va vazifalari, mijoz bilan o'zaro xamkorlik

kilish tartibidan kelib chiqqan xolda ushbu korxonalarni listenziyalashga xam turlicha uslubiy yondashuv amalga oshiriladi.

Turizm soxasini listenziyalashga doir faoliyatni tashkillashtirilishini taxlil kilish natijasida jaxon tajribasi va Butunjaxon Turistik Tashkilotining ba'zi bir tavsiyalaridan kelib chiqqan xolda turizmni davlat tomonidan tartibga solinishi yuzasidan ba'zi bir muloxazalarni bildirish maqsadga muvofiqdir. Jumladan turizm faoliyat soxasi sifatida uchta tomon ishtirok etadi:

1. Turistik maxsulot va xizmatlarni iste'mol qiluvchi turistlar;
2. Turistik maxsulot va xizmatlarni ishlab chikaruvchi va sotuvchi turistik firmalar (ushbu xolatda turistlarga xizmat ko'rsatishga u yoki bu munosabatda bo'lgan barcha tashkilotlar);
3. Turizm faoliyatini listenziyalash bilan shugullanuvchi shuningdek tegishli ma'muriy-xuqukiy va boshqa vazifalarni amalga oshiruvchi (pasport, viza, chegara, bojxona, sanitariya-epidemiologiya va x.k.) davlat idoralari.

Ushbu uchta tomonlar: "Turistlar" - "Turistik firmalar" - "Davlat" o'zaro munosabatlarida bir "Uchburchak"ni tashkil etadilar. Jaxonning xar qanday davlatida ushbu "Uchburchak" xar bo'linining ya'ni "Turistlar-turistik firmalari", "turistik firmalar-davlat", "turist- davlat" o'zaro munosabatlari tegishli konunchilik bilan tartibga solinadi. Masalan, O'zbekistonda bular jumlasiga "Korxonalar to'frisida", "Iste'molchilarning xuquklarini ximoyalash to'frisida" va boshqa konunlarni kiritish mumkin. Asta-sekinlik bilan ushbu konunchilik yanada aniklashtirilib va to'ldirilib borilmoqda. Sof xolatda yukorida kayd etilgan konunlar o'zaro munosabatlarining xar bir elementi xuqukiy me'yorlar bilan tartibga solinishi lozim. Lekin, qancha davlat bo'lsa, shuncha o'ziga xos jixatlar xam mavjuddir. Amalda, xar bir davlatda kayd etilgan "uchburchak" ning u yoki bu tomoniga aloxida e'tibor qaratgan xolda turizmni tartibga solish yuzasidan o'z yondashuvlari ishlab chikilgan.

Ko'pchilik xorijiy mamlakatlarda asosiy e'tibor "turistik firma-davlat" munosabatlarini tartibga solishga yo'naltirilgan. Bu xol, avvalombor, turistik faoliyatni listenziyalash shaklini, ya'ni davlatning yuridik shaxslariga berilgan

muayyan ruxsatnomasi bilan amalgam oshiriladi. Lekin bundan listenziya berish jarayonining aloxida ahamiyat kasb etmaydi (ushbu ruxsatnomani olish qiyinligi va osonligidagan qat'iy nazar). Turizm faoliyatining listenziyada ko'rsatilgan va ko'rsatilmagan boshqa shartlarini to'liq bajarilishini nazorat qilib boradigan davlat mexanizmining rivojlanganligi va samarali faoliyat yuritishi va tegishli xollarda o'rnatilgan tartibga rioya qilinishini ta'minlash uchun zaruriy chora tadbirlarni ko'rishi muhim ahamiyatga egadir. Zero, bunday mexanizm mavjud bo'lmagan holda listenziyalash turistik maxsulot sifati ustidan nazorat qilish imkoniyatiga ega bo'lmaydi.

Bir kator mamlakatlarda (masalan, Angliya, Germaniya) "listenziyalash" atamasi konunchilikda mavjud emas. Turistik firmalarga ularning mijozlar oldidagi moliyaviy fan boshqa masalalar, raqbarlar va xodimlarni kasbiy tayyorlash, turistik firmalar xamda turistlarning o'zini suqurtalash yuzasidan javobgarligi bo'yicha ko'yilayotgan davlat talablari odatda juda qat'iy bo'ladi. Ushbu mamlakatlarda, asosiy e'tibor "turistik firma" "uchburchagi" yo'nalishni tartibga solishga qaratiladi va iste'molchi-turistlarning xukuklarini eng yuqori darajada ximoyalash va turistik firmalarning turistik maxsuloti va boshqa xizmatlar sifatini muntazam ravishda oshirib borishga yo'naltiriladi. Sifatsiz turistik maxsulot iste'mol qilinganda yoki aloxida xizmatlar qonikarsiz bajarilgan xolatlarda, norozi turistga tur qiymatining ancha qismi tovon tarzida to'lanadi. Fikrimizga ko'ra, turizmni tartibga solishning xuddi shu shakllari, turistik maxsuloti umumiy sifatini oshirish va turistlar xukuk va manfaatlarini ximoyalash, shuningdek, turizm soxasini umuman tartibga solishning eng samarali vositalaridan biridir. Turistik maxsulot sifatini oshirish maqsadida mazkur qoidalarining joriy etilishi, turizm bozorini muayyan darajada rivojlantirishni, mukammal konunchilik, birinchi navbatda ushbu soxada me'yorga keltirilgan andozalar va turistlarga xizmat ko'rsatishga doir boshqa aniq belgilab ko'yilgan qoidalar mavjud bo'lishini talab etadi²⁵.

²⁵ Дехтярь Г. Лицензирование и сертификация в туризме. Учебное пособие.- М.: Финансы и статистика, 2005 г. 79 с.

8.3. Turistik tovarlar xakida tushuncha

Turistik tovarlar deganda - moddiy ta'minot buyumlari, yodgorliklar, sovg`alar va turist uchun zarur bo`lgan boshqa narsalar tushuniladi. Turist juda ko`p midordagi buyumlarni abul iladi va sotib oladi. Tovarning toifasi turizmda sayoatning xarakteriga va turizmning xilma - xilligiga bog`li. Asosiysini shaxsiy etiyoj talab etadigan tovarlar egallaydi. Shuningdek, sport anjomlariga bo`lgan talab undan keyinda turadi.

Pul sarflashning keng taralgan usuli, sayoatning asosiy mazmuni bu roat - alovat topishdir. atto o`ziga to` odamlar am pulni sayoat uchun to`playdilar va uni sanoli kunlarda dam olishga sarflaydilar. Turist o`zi uchun odatiy bo`lmagan joylarni, shaar va mamlakatlarni ko`rishni istaydi. Sayoat ar doim turistning anday ordi chiarganligi, iziishi, oniishi va ta'surotlari bilan o`lchanadi. Turist sayoatdan oniishi va roatlanishi uchun tur tovarlariga juda ko`p pul sarflaydi. Masalan, o`rtacha bir turist safar davomida 200 dan 500 \$ gacha, biznes - turistlar esa ko`pro, Avstraliya kongresciga kiruvchi turistlar 1000 dan 1200 \$ gacha pul sarflaydilar. Keyingi yillarda Rossiyalik turistlar eng boy va foydali turistlar isoblanadilar. Rossiyalik turistlar bir safar davomida 3000 \$ dan ziyod pul sarflaydilar.

Turistlar yodgorlik sovg`alari va shaxsiy talabga arab, shu yurti yoki joyni xarakterlovchi, sayoatni eslatuvchi sovg`alarni arid iladilar. Masalan, Xaj va umra ziyoratiga borganlar ur'oni Karim, joynamoz, tasbe, bosh kiyim, zam - zam suvlarini sovg`a sifatida oladilar. Boshqa turdagi sayoatlarda esa uritilgan ilon terisi yoki afrikaliklarning yog`och barabanini arid iladilar. Bu sovg`alar turistlarni ko`rgani kelgan arindosh va memonlarga ko`rsatiladi yoki sovg`a sifatida ularga am beriladi.

Yana shunday narsalar borki, bular sayoat davrida sotib olinadi. Masalan, kartalar, lug`atlar, soilda kerak bo`ladigan anjomlar, sport anjomlari, foto anjomlar, vidiokameralar shular jumlasidandir.

Turistik maskanlar va markazlar turistlar ko'p yig'iladigan joylarda alohida arzon narxlarni va bojxona talablarini o'yadilar. Tovarlarning narxlari va bojxona xizmatidagi imtiyozlarlar bosha davlatlarga nisbatan belgilanadi.

8.4. Turoperator va turagentliklarning faoliyati

Turoperatorlar - turistik masulotni shakllantirish (tuzish yoki loyialash)ni, uni bozor tomon arakatini, shuningdek, realizatsiya ilinishini amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxsdir. (Izo: bu erda va bundan keyin jismoniy shaxs, - deganda, yuridik shaxs ma'lumotiga zga bo'lmagan tadbirkor sifatida ro'yxatga olingan bo'lish kerakligi anglashiladi).

Mazkur oidaga ko'ra, turoperatorlarning dastlabki ikki funktsiyasi nisbatan tushunarli: ya'ni, turistik masulotni shakllantirish, - deganda: tur muddatlari, masadni aniqlash bo'yicha tartiblashtirilgan va bir - biriga bog'langan, narxi va sifati bo'yicha, ketma - ketligiga ko'ra kelishilgan xizmat ko'rsatish va ish bajarish, ularni taklif etish bo'yicha shartnomalar tuzish, tegishli ravishda bronlashtirish va rezervlashtirish tushuniladi. Bozor tomon yo'naltirish, - deganda: shunday ishlar majmui tushuniladiki, bunda potentsial iste'molchida shu ishlarni sotib olish uchun moyil - rag'bat tug'dirish bo'yicha ishlar bajariladi yoki soddaro aytganda tur va xizmatlar reklamasi amalga oshiriladi.

Keyingi funktsiya batafsil tushuntirib berilishini talab etadi. Ya'ni, «Realizatsiya» atamasi ikki xil ma'noga ega: a) sotish; b) bajarish.

Faoliyatning klassik (an'anaviy) sxemasi bo'yicha turoperator turistik agent - ko'tarachilarga turistik masulotni faat ulgurji sotishni amalga oshiradi, agent - ko'tarachilar esa bu masulotni xududlar va mintaaalar bo'yicha tasimlaydilar va ularni maalliy turistik agentliklar orali sotadilar.

Turlarni iste'molchining o'ziga - turistga chakanalab sotishni turistik agentlik (isacha turagentlik) amalga oshiradi. Ba'zan turoperator o'z xuzurida maxsus strukturaviy bo'linma - faat turistlarga ko'rsatishnigina emas, balki barcha agentlik ishlarini o'zaro muvofilashtirish bilan am shug'ullanuvchi turlarni chakanalab sotish bo'yicha markaziy turistik agentligini tuzadi. Amaliyotda turizm

soasidagi korxonalar ichida turoperatorlarning soni 5 % dan oshmaydi, turagentliklar esa 95 % ni tashkil etadi.

Bundan tashari, turoperator turistik masulotni iste'molchi (turist) oldida bajarilishi uchun javob beradi va amalda turistik masulotni nazorat ilish va operativ kuzatib borishni (ech bo'lmaganda turistik gurular uchun -doimo) amalga oshiradi. Odatda turoperatorlik funksiyasini amalga oshirish uchun korxonani shundayligicha yuridik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tkazishgina emas, balki bunday faoliyatni amalga oshirish uchun maxsus litsenziya am olish zarur. Masalan, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Makamasining 2003 - yil 11 - noyabrdagi "Turizm faoliyatini litsenziyalash to'g'risidagi Nizomni tasdiklash aida"gi arorida bu masalaga oydinlik kiritilgan. Rossiyada (izo: ukumat arori bilan 1995 - yildan boshlab xalaro turistik faoliyatni litsenziyalashtirish tartibi joriy etilgan) litsenziya olish faat xalaro turistik faoliyatni amalga oshirishda talab etiladi. Ichki turizm soasidagi faoliyatda litsenziya va maxsus ro'yxatdan o'tish talab ilinmaydi. O'zbekistonda esa ichki va xalaro turizm uchun yagona litsenziya zarur.

Turoperator turistik masulot iste'molchisi oldida javobgar isoblanadi. Iste'molchi ko'pgina turli xil korxonalar xizmatini o'z ichiga olgan xizmat ko'rsatishlar paketini aynan undan sotib oladi. Bu javobgarlik turoperatorning tegishlicha kafolatlarini (ma'lum summadagi mablag` depoziti yoki bosha ta'minot uchun bank kafolati, agar litsenziyalashtirish onunlari bo'yicha mumkin bo'lsa, professional javobgarlikni sug'urtalash (Izo: agar bajarish funksiyasini amalga oshirilmasa, yoki ataylib, turoperator turistlarga turni pullab, ancha - muncha pul to'plab, shu zaotiyo g'oyib bo'lishi mumkin. Buni turizm bo'yicha firibgar va tovlamachilar muntazam amalga oshirib keladilar. Buning ustiga na litsenziyalashtirish instituti, na turli xil kafolatlar turistlarni bunday xodisalardan imoya kila olmaydi) nazarda tutgandir.

Turistik agentliklar (turagent) - bu iste'molchi (turist)ga yoki mijozlarga ayrim turistik xizmatlar va turlarni chakana sotish funksiyasini amalga oshiruvchi yuridik shaxsdir. Turoperator yoki turagentlik bilan uni moliya soasiga va attoki mas'uliyatni ma'lum darajada ayta tasimlashga doir ko'zda tutilishi mumkin

bo'lgan juda xilma - xil o'zaro ta'sir va isob - kitob ilishlar bo'yicha agentlashtirish shartnomasi bog'lab turadi. Sotuvchi sifatida agentlashtirish shartnomasi bo'yicha uning funktsiyasi agar faat aynan shu vositachilik funktsiyasidan iborat bo'lsa, turagent, turistik masulot uchun cheklangan mas'uliyatga ega bo'ladi. Misol uchun a) ayrim xizmat ko'rsatishlarni; b) turoperator tomonidan olingan turistik paketlarni; v) paket bilan bog'liligi shartlanmagan, masalan, yakka turistlar uchun ko'rsatiladigan turli xizmatlar majmuini sotuvchi agentliklar mavjud.

Agentlashtirish soasida faoliyatning bir nechta turlari farlanadi:

a) shaxs nomidan va korxonaning topshirig'i bo'yicha turlarni sotish. Moiyatan bu turli xildagi turoperatorlarning «turistik yo'llanmalar do'koni» dir. Turistik yo'llanmada doimo bunday sotishni amalga oshirgan turoperator va agentning barcha rekvizitlari to'li ko'rsatiladi (Izo: agentlik foizi tushunchasi bor bo'lgan mamlakatlarda, agentlik foizining summasi doimo turistik xizmatlarning cheki yoki vaucherida ko'rsatilgan bo'ladi. Bunday mamlakatlarda yo'llanmalar yo', balki vaucher bor bo'lib, unda kassa apparatidagi ma'lumotni yozib o'yish uchun maxsus xoshiya mavjud ekanligini ta'kidlab o'tamiz. Bunday olda agentlikning o'zi barcha oibatlarni va javobgarlikni bo'yniga olgan olda turoperatorlik funktsiyasini bajaradi).

b) Turlarni o'z nomidan, lekin turistik masulotni muayyan turoperatorga tegishli ekanligini ko'rsatgan olda sotish;

v) Turistik maxsulotni o'z nomidan (bu masulotni konkret bir turoperatorga tegishli ekanligini eslatmasdan), birgalikda yaratiladigan turistik masulotni sotish. O'zaro arakat ilishning abul ilingan jadvalidan kelib chiib, javobgarlikning ani belgilangan darajalari, moliyaviy isob - kitoblar va faoliyatning solika tortilish jadvali yuzaga keladi.

Turistik agent turistik masulotni sotish jarayonida ishtirok etuvchilar zanjirining muim xalasi bo'lib, o'zining tabiiy xususiyati va iste'molchining xarakteridan kelib chian olda, potentsial iste'molchining o'zigacha, iloji boricha uning uyiga yoki xizmat joyigacha etib borgan bo'lishi kerak. Aynan shuning uchun am turistik agentliklar juda ko'p va umumiy ollarda ular xodimlarining soni

bo'yicha ko'pchilikni tashkil ilmaydilar, lekin amisha vitrinalik birinchi avatda va ko'pchilik o'tadigan erlarda joylashgan bo'ladilar (Izo: ba'zi ma'lumotlarga ko'ra, Nyu - Yorkda 324 ming turistik agentliklar mavjud), ar bir agentlik oshida muayyan joylardagi iste'mol bozorining konkret bo'g'iniga xizmat ko'rsatuvchi ko'p sonli yollanma ishchilar ishlashadi. Rivojlangan mamlakatlarda turlarning eng ko'p ismi aynan oilaviy agentliklar tomonidan sotiladi (Izo: oilaviy mutaxassislik atoriga tish do'xtirlari, vrachlar, uushunoslar va turistik agentlar kiradi.)

Agentlik telekommunikatsion kompyuter tarmolari xizmati turoperatorlari yoki bosha operatorlar bilan, masalan, agentga axborotlar va turistik xizmatlarni bronlashtirish tizimining udratli bazasiga yo'l ochib beradigan global xalaro va milliy tarmolari bilan bog'li bo'ladi. ozirgi paytda turlarni iste'molchiga internet tarmog'i orali sotish shakllanmokda.

Xulosa

Turistik firmalar faoliyatini zaruriy sharti undagi listenziyaning mavjudligidir. Respublikamizda turizmni listenziyalash bir necha yillardan beri amalga oshirilib kelinmoqda. Turizm bilan shuullanish uchun listenziya faqat "O'zbekturizm" M.K. va Vazirlar Maxkamasi xuzuridagi komissiya qarori asosida beriladi. Listenziya berilganligi uchun eng kam ish xaqining 25 barobari miqdorida yifim to'lanadi. Yifim

"O'zbekturizm" M.K xuzuridagi turizmni rivojlantirish fondga yo'naltirilgan. Xozirda ko'pchilik listenziyasi bor kishilar bir vaqtning o'zida turoperatorlik va turistik faoliyat bilan shuullanishlari maqsadga muvofiq emas. Shuning uchun jamoat tashkilotlaridan turizm soxasidagi faoliyat turlarini xalkaro tasniflash andozalariga muvofiq xolda umumiy listenziyalash tizimini joriy etish zarurligi maqsadga muvofiqdir.

Nazorat savollari

1. Turistik listenziya nima?
2. O'zbekistonda turistik listenziya berish qachondan boshlangan?

3. Turistik narxlarni listenziyalash qanday tartibda amalga oshiriladi?
4. 1998 yilda O'zbekistonda qanday qoida qabul qilindi?
5. Turizm sohasini listenziyalashda BTT qoidolari nimalardan iborat?
6. Germaniyada turistik listenziyalash usullari qanday?
7. Buyuk Britaniyada listenziyalash usullari qanday?
8. Qanday hollarda turistik korxonalar listenziyadan maxrum etiladi?
9. Hozirgi kunda respublikamizda qancha tashkilot turistik listenziyaga ega?
10. Listenziya berishda «O'zbekturizm» MKsi tomonidan qanday shartlar belgilanadi?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risidagi" qonuni. Xalq so'zi // 1999 yil 20 avgust.
2. Vazirlar maxkamasining «O'zbekiston Respublikasida turizm faoliyati bilan shugullanish uchun ro'yxatdan o'tish va listenziya berish qoidasi". Xalq so'zi. 1998 yil
3. Listenzirovanie i sertifikatsie v turizme. Uchebnoe posobie Dextyar G.- M.: Finansy i statistika, 2003 g. 79-86 s.
4. Gulyaev V.G. «Pravovoe regulirovanie turistkoy deyatelnosti». M.: Finansy i statistika, 2005.-233 -236 s.
5. Lifist I. M. Standartizatsiya, metrologiya i sertifikatsiya: Uchebnik. - 6-e izd., pererab. i dop. - M.: Yurayt-Izdat, 2006. - 6-69 s.
6. Jukova. M.J., Menedjement v turistkom biznese. Uchebnaya posobie M Finansy i statistika, 2005 -88-93 s.
7. Internet sayti.

www.interunion.ru – turistskie assostsiastii

Xulosa

Xozirgi kunda turizm infrastrukturasini jaxon iqtisodiyotining etakchi tarmoklaridan biri bo'lib, mamlakat iqtisodiy rivojlanishida katta ahamiyatga ega. Bu soxada rivojlangan davlatlarda juda katta bunyodkorlik ishlari amalga oshirilmokda. Shu sababli turizmni rivojlantirishda ilfor mamlakatlar modelidan foydalanish va ular erishgan yutuqlarni respublikamiz turizmiga tadbik etish yo'llarini o'rganish lozimdir. Shundan kelib chiqqan xolda turizm soxasida davlat boshqaruvi funkstiyasi sifatidagi rejalashtirishning samaradorligi, uni tuzishda quyidagi tamoyillardan foydalanganligiga bo'liq bo'ladi:

- Turizmda xususiy sektor rolini oshirish;
- Xususiy mexmonxonalarni ishga tushirish uchun kreditlar ajratish;
- Xalkaro yarmarkalarda surunkali qatnashishni ta'minlash;
- Rejalashtirishning anikliqi, reja tuzishda istiqbolni anikligini ta'minlavchi zomanaviy metodlar, vositalar, taktika va jarayonlardan foydalanish;
- Rejalashtirishning uzluksizligi - bu bir marta bajariladigan emas, balki uzluksiz jarayondir.

60-yillarda jaxon turizmida operativ tadqiqot degan uslub keng tapqalgan edi. Bu erda zamonaviy turizm modellarini (navbatlar, o'yinlar nazariyasi, imitastia modellari) muammoni taxlil qilish va kapop kabul qilish uchun foydalanish nazarda tutiladi.

U yoki bu modelni tadbik qilish jarayonida qo'llanilishi ob'ektiv axborotning to'planganligi va taxliligiga bo'liq. Turizmida eng dolzarb muammolardan biri, axborot boshqaruv kanallariga etarli xajmda va kerakli vaqtda kelishi zarurdir. Bu eng muxim erishuv xisoblanadi. Agarda axborot kerakli vaqtda etib kelmasa bozorda katta yo'qotishlarga olib kelinishi mumkin.

Turizmning milliy modelini yaratishda boshqaruv asosiy o'rin tutadi. Shuning uchun xam menejmentni jaxon talablari darajasiga etkazishda quyidagi omilar dolzarb xisoblanadi:

- turizmda kichik va xususiy tadbikorlik faoliyatini to'g'ri yo'naltirish;
- O'zbekistonning turistik imkoniyatlari bilan chet ellik investorlarni tanishtirish va ulardan unumli foydalanish;
- ichki turistik bozorda o'zaro raqobatni yanada kuchaytirish;
- zamonaviy turistik komplekslarni bunyod etishda chet el sarmoyasini jalb etishga erishish;
- jaxon bozorida talab katta bo'lgan xalqaro turistik yo'nalishlarni yo'lga ko'yishda va ishlab chiqishda qatnashish;
- milliy urf odatlar va tarixiy arxitektura yodgorliklarini asl ko'rinishda saqlab qolishga erishish;
- milliy turistik maxsulotlarni yagona markaga birlashtirish;
- turizm soxasi uchun malakali mutaxassislarni tayyorlashni takomillashtirishdan iborat bo'lishi kerak.

Jaxonning rivojlangan mamlakatlari tajribasidan ma'lumki, turizm asosan markazdan va bozor-manitor boshqaruv yo'llari bilan rivojlantirilgan. O'zbekistonda turizmni asosan markazdan boshqaruv ko'rinishda olib borilmoqda. Bu xolat normal hisoblanib hozirda dunyo turizmida bunday ko'rinishlar mavjud, lekin zamonaviylashgan boshqaruv bozor-monetar boshqarish va turistik faoliyatni tartibga solish hozirda Yaponiya, Fransiya va Italiya kabi turizmi rivojlangan mamlakatlarda yo'lga qo'yilgan. Turizm soxasida markazlashgan modeldan, bozor-manetar modeliga o'tish uchun birinchi bosqichdan ichki va tashqi turizm tizimlar yordamida chuqurlashish va makro darajada o'zgarishlar qilish kerak bo'ladi.

Zamonaviy turizmning shakllanishida malakali kadrlar xar doim kerak bo'ladi. Shuni hisobga olgan holda, oliy o'quv yurtlarida turizm soxasiga mutaxassislar etkazib berishni ko'paytirish lozim.

Yukorida berilgan xar bir taklif va xulosalardan ko'zlanayotgan asosiy maqsad O'zbekistonni xam turizmi rivojlangan davlatlar qatorida ko'rish, xalqaro maydonda O'zbekistonning obro'sini ko'tarish, diplomatik munosabatlarni rivojlantirishdan iboratdir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitustiyasi. -T.:O'zbekiston.2003 yil.
- 2.O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'rtisida"gi konuni. T;. 1999y.
- 3.O'zbekiston Respublikasining yangi konunlari. -T.: Adolat,2000.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Buyuk Ipak yo'li"ini qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora –tadbirlar to'rtisidagi" PF-1162 sonli farmoni. //Xalq so'zi, 1995.3- iyun.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekturizm" MKsining tashkil topishi" to'rtisidagi PF-447 sonli farmoni. 27 iyulya 1992 yil. //Xalq so'zi.1992. 27 iyul.
6. O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining "O'zbekiston Respublikasi soliq kodeksi" va unda turizm soxasiga oid imtiyozlar to'rtisidagi qarori. Xalq so'zi // 1997-yil 24-aprel
7. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining "Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish" to'rtisidagi 346 sonli qarori. - Xalq so'zi 9-avgust 1998 y
8. Karimov I. Erishilgan yutuqlarni mustaxkamlab, yangi marralar sari izchil xarakat qilishimiz lozim.// Xalq so'zi, 2006 y. 11-fevral.
9. Karimov I. Inson, uning xukuqi va erkinliklari xamda manfaatlari – eng oliy kadriyat. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.Karimovning O'zbekiston Respublikasi Konstitustiyasi 13 yilligiga barishlangan tantanali marosimda 2005 yil 7 dekabrda so'zlagan ma'ruzasi.
10. Karimov I. 2011-yilning asosiy yakunlari va 2012-yilda O'zbekistonni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlariga barishlangan Vazirlar Maxkamasining majlisidagi ma'ruzasi 20.01.2012 yil.
11. Karimov I. "Biz tanlagan yo'l demokratik taraqqiyot va ma'rifiy dunyo bilan xamkorlik yo'li"; "O'zbekiston" 2003y -318b.
12. Alieva M.T., Salimova B.X.. «Mexmonxona menejmenti» Darslik T: «Moliya»

2005. -275 b.

13. Kabushkin N. I.. Menedjment turizma. -M: "Novoy znanie" 2005.644 s.

14. Birjakov M.B, Vvedenie v Turizm: Uchebnik. – Izdanie 8-e, pererabotannoe i dopolnennoe. - SPB.: «Izdatelskiy dom Gerda», 2006. – 512 s.

15. Gulyaev V.G. «Pravovoe regulirovanie turistskoy deyatel'nosti». M.: Finansy i statistika, 2005.-304 s.

16. Ilina E.N. Turopereyting: organizatsiya deyatel'nosti: Uchebnik. - M.: Finansy i statistika, 2005. - 480 s.

17. Ilina E.N. Turopereyting: strategiya i finansy: Uchebnik. – M.: Finansy i statistika, 2005. – 192 s.

18. Крылова G.D. Основы стандартизации, сертификации, метрологии: Uchebnik dlya vuzov. - 3-e izd., pererab. i dop. - M.: YuNITI-DANA, 2006. – 671 s.

19. Lifist I. M. Standartizatsiya, metrologiya i sertifikatsiya: Uchebnik. – 6-e izd., pererab. i dop. – M.: Yurayt-Izdat, 2006. 336 s.

20. Козырев V.M. , Zorin I.V., Surin A.I. i dr. Menedjment turizma Ekonomika turizma uchebnik (seriya menedjment turizma), (GRIF) M.: Finansy i statistika, 2004. 253 s.

21. Ulistkogo M.P. Ostenka stoimosti transportnykh sredstv: Uchebnik. metod. Posobie. – M.: Finansy i statistika, 2005. 304 s.

22. Nefedov V.I., Borisov Yu.I., Sigov A. S. Metrologiya, standartizatsiya i sertifikatsiya: Uchebnik. – M.: FORUM: INFRA-M, 2005 g.

23. Yankevich V.S. Marketing v gostinichnoy industrii i turizme. M.: Finansy i statistika, 2003. -415str.

24. Medlik, Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Printed and bound in Great Britain by Biddles Ltd -3rd ed, 2003.-256b.

25. Brassington, F. and Pettit, S. Principles of Marketing. 2nd ed, Prentice-Hall, 2002 -255b.

26. Wright, L.T. and Crimp, M. The Marketing Research Process. 5th ed., Financial Times/Prentice-Hall, 2002 -240b.

27. Richard Sharpley and David J. Telfer, Tourism and Development: Concepts and Issues, Printed and bound in Great Britain by Cambrain Printers Ltd. 2002 300b.
28. Irmatov M.M. Alieva M.T. va boshqalar Turizmni rejalashtirish Toshkent, 2005 -167b.
29. Mirzaev. R. Solnste puteshstvuet po miru chtoby rasseyat T.: Ipak «Shark» 2005.- 230 b.
30. Mirzaev R. Turisticheskie jemchujiny Uzbekistana. T.: Ipak «Shark» 2005 - 38b.
31. Alieva M.T., Mirzaev M. va boshqalar. Turizm xukuki. O'quv qo'llanma. T.: Talkin. 2003. 245b.
32. Jukova. M.J., Menedjment v turistskom biznese. Uchebnaya posobie M Finansy i statistika, 2005 -288str.
33. Dextyar G. Listenzirovanie i sertifikastie v turizme. Uchebnoe posobie. - M.: Finansy i statistika, 2003 g. 286 s.
34. Senin V.S., Denisenko A.V. Gostinichnyy biznes: klassifikastiya gostinist i drugix sredstv razmesheniya: Uchebnoe posobie. - M.: Finansy i statistika, 2006 g. 144 s.
35. Buturov I.N. Marketing i menedjment inostrannogo turizma. - M.: Finansy i statistika, 2005 g. 340 s.
36. Durovich A.P. Marketing v turizme Uchebnoe posobie 5-e izd., stereotip. (GRIF) – M., .: KNORUS 2005 g. 496 s.
37. Jukova M.A. Menedjment v turistskom biznese: Uchebnoe posobie. M.: KNORUS, 2005. - 192 s.
38. Orobeyka U.S., Shreder N.G. Organizastiya obslujivaniya : Restorany i bary: Ucheb.pos.- M.: Alfa - M; INFRA-M,2006. 302 s.
39. Bogolyubov V.S i dr. Ekonomika turizma: Uchebnoe posobie. - M.: «Akademiya», 2005 g. 192 s
40. Gvozdenko A.A. Straxovanie v turizme. Uchebnoe posobie. - M.: «Akademiya», 2005 g. 245 s

41. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003 - 10 b.
42. Gee Ch. Y., Makens J.C., Chey D. The Travel Industry. 3d. Wdit. - New York John Wiley Sons Inc. 2003. 250 s.
43. Hospitality, Tourism and heisure Management: Issues in Streegy and Culture. London, 2003. 265 s.
44. Norchaev A.N. Ekoturizm. 2004 y. Maqola.
45. Alieva M.T Sayyoxlar almashinuvi. 2003 y. Maqola.
46. Perspektivy razvitiya mejdunarodnogo turizma. Materialy V-Mejdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferenstii studentov i molodyx uchenykh. Donestk. 2004 g.
47. Fayzieva Sh. R. “O’zbekistonda turizm rivojlanishining iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish”. UzMU. Toshkent, 2006 y
48. Norchaev.A.N. “Xalkaro turizm rivojlantirishning iqtisodiy o’sishga ta’siri” . Nomzodlik dissertastiyasi. TDIU 2004 y. 120 b.
49. Diyarov Sh. “Xalkaro turizm marketing strategiyasi va reklamalar rolini oshirish”. Magistrlik dissertastiyasi. TDIU 2005 y. 76 b
50. Abdulqosimov X. «O’zbekistonda turizmni rivojlantirish muammolari va istiqbollari”. Magistrlik dissertastiyasi. TDIU 2005 .
-81 b
51. Norchaev A.N Tourism as a dynamic branch of the economy of Uzbekistan. Materialy VII-Mejdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferenstii studentov i aspirantov.g.Donestk 2004.
52. Kutlimurotov F.S. Vnedrenie Koreyskogo gostinichnogo menedjmenta v Uzbekistane. Materialy VII-Mejdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferenstii studentov i aspirantov. g. Donestk 2004.
53. Kutlimurotov F.S. Turizm kadr lar samaradorligini oshirish va boshqarish. Respublika ilmiy-amaliy anjuman. Samarqand. 2002 y.
54. Iqtisodiyot va ta’lim.
55. Jamiyat va boshqaruv.

56. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi.

57. Основные показатели развития туризма в 2003 г. ВТО. Madrid. 2004. 30 с.

58. Tourism: 2020 vision, Madrid, 1997, 21str.

www.peugeotufa.ru – stenы uslug

www.interunion.ru – turistskie assostiastii

www.world-tourism.org – Vsemirnaya turistskaya organizastiya

www.tag-group.com – Konsultativnaya gruppа po voprosam turizma (TAG)

www.e-tours.ru – delovыe turы, vystavki, konferenstii

www.travel-library.com – Elektronnaya biblioteka puteshestviy

Atamalar luʼrati

1. Arxeologiya - xalqlarning va millatlarning saqlanib qolgan tarixiy va madaniy yodgorliklari yordamida inson jamiyatining o'tmishini o'rganuvchi fan.
2. Arxitektura - qurilish san'ati, qurilmaning xarakteri va shakli, badiiy bezagi.

3. Botel - unchalik katta bo'lmagan suvdagi mexmonxona. Jixozlangan qulayliklarga ega bo'lgan kema.

4. Butundunyo turistik tashkiloti (BTT) - xukumatlararo tashkilot (1975 yilda tashkil topgan) bo'lib, turizmning rivojlanishiga ko'maklashadi, 170 dan ortiq a'zosi bor.

5. Diller- turistik xizmatlarning oldi-sottisi bilan shufullanuvchi turistik firmalar, ko'pincha ular o'z xisobidan va o'zining nomidan ish olib borishadi.

6. Vaucher - ko'rsatiladigan asosiy xizmatlarning (mexmonxonada to'xtash, ovqatlanish, transport va b.) xakki to'langanligini tasdiklovchi xujjat.

7. Investistiya - daromad olish maksadidagi uzoq muddatli kapital ko'yilmalar.

8. Investistiyalash - turistik faoliyat ob'ekti yoki tadbirkorlik loyixasiga ma'lum shartnomada aytib o'tilgan shartlarda investistiyani amalga oshirish.

9. Imidj - firmaning bozordagi obro'si.

10. Ichki turizm - bir mamlakat fuqarolarining o'z xududlari chegarasida amalga oshiradigan turizmi.

11. Kemping - shaxar chekkasida moteldan uzoq bo'lmagan erda joylashgan bo'ladi. Avtoturistlar, mototuristlar va veloturistlar uchun qulaylik yaratilgan bo'ladi. Turistlarga yotish uchun xona beriladi, ko'pincha palatka yoki yozgi uycharlar va ba'zi qulayliklari bilan jixozlangan oshxonalarda maxsus taomlarni tayyorlash mumkin.

12. Motel - avtoturistlar uchun mexmonxona. kulay nomerlardan tashkari turistlarga avtomashinalarini turar joylari bilan xam ta'minlanadi. Odatda motellarda restoran, bar, kino-videofilmlar ko'rish, konferenstiya zallari, sport bilan shufullanish va o'yin maydonlari, basseyn, tennis kortlari xam xizmat ko'rsatadi.

13. Pansionat - bu erkin shaklda, qurilish paytida mexmonxona sifatida barpo etilmagan uylardir. Pansionlar 10-20 kishiga mo'ljallanadi.

14. «Rotel» - xarakatlanuvchi mexmonxona, vagon ko'rinishidagi 1 yoki 2 o'rinli nomerga ega bo'lgan, kiyinish xonasi, umumiy ovqatlanish, umumiy xojatxonaga ega bo'lgan mexmonxona.

15. Turistik baza - bu turistik majmua bo'lib, uning tarkibiga turistlarni qabul qilish va joylashtirish binosi xamda faol dam olishni ta'minlovchi xizmatlar kiradi. Turistik bazalar asosan faol turizm bilan shugullanuvchi turistlarni qabul qiladi. Ularga alpinistlar, suv, chanfi sporti bilan shugullanuvchilar va boshqalar kiradi.

16. Turistik uy - faol xarakatdagi turistlarni qisqa muddat dam olishi uchun mo'ljallangan boshpanadir. Bular asosan tof yonbafida joylashgan bo'lib shart-sharoitlari minimal darajada bo'ladi.

17. Turist - o'z qiziqishlarini kondirish maksadida 24 soatdan kam va 6 oydan ko'p bo'lmagan muddatga chegarani kesib o'tgan kishi.

18. Tur - turistlarni aniq yo'nalish bo'yicha, xizmatlar majmuasi va muddati aniq bo'lgan tashishni uyushtirish.

19. Turizm industriyasi - turizmning material-texnik bazasini tashkil qiluvchi xalk xo'jaligining turli soxalari yifindisi.

20. Turizm Xartiyasi - xalkaro turizmning rivojlanishi xakidagi konun, BTT Bosh assambleyasi tomonidan 1985 yili 6-sessiyasida qabul qilingan.

21. Flotel - suzib yuruvchi mexmonxona kemasi. Suvdagi ulkan otel, maxsus jixozlangan bo'ladi. Qulay nomerlardan tashqari, yaxshi dam olish uchun qulaylik yaratilgan, vaqtinchalik ofisdan foydalanish, operativ vosita aloqalari: telefon, kseroks, faks va boshqa xizmatlar ko'rsatiladi.

22. Turizm turi – muayyan maksadda qo'llaniladigan turistik sayoxatlar toifasi.

23. Turizm geografiyasi: turizmning xududiy tashkil etilishini; turistik resurslar, turizmning moddiy bazasi va turistik infratuzilmani o'rganuvchi geografiya fani.

24. Turizm tarixi – davrlar mobaynida turizmning rivojlanishi bosqichlarini nazarda tutuvchi va voqelikni aks ettiradigan manbalar.

25. Turizm konstepstiyasi – hozirgi xolatga nisbatan ilmiy qarashlar yifindisi va turizmni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlarini prognoz qilish.

26. Rekreatsiya – uydan tashkarida: tabiat qo'ynida, turizm safarida va x.k. dam olish yo'li bilan salomatlikni tiklash.

28. Turistik xarita - turistik yurishlar va ekskursiyalar uchun mo'ljallangan xarita. Turistik xaritalar tabiiy, arxitektura, tarixiy yodgorliklarni va turizm nuqtai nazaridan qiziqish uyfotuvchi boshqa ob'ektlarni o'zida aks ettiradi. O'z mazmuniga ko'ra turistik xaritalar umumjuvrofiy xaritalarga yaqin, ularda yo'llar, tofli yo'lkalar, daryolarga katta e'tibor qaratiladi, ulardan o'tish mumkinligi ko'rsatiladi. Turistik xaritalarga mexmonxonalar, avtombillarga yoki lfi quyish shoxobchalari, maxalliy diqqatga sazavor joylar va x.k.lar kiritiladi. Odatda turistik xaritalar matnlar, fotografiyalar va rasmlar bilan kuzatiladi.

29. Turistik xizmat – turistik korxonaning extiyojlarini kondirish borasidagi faoliyat natijasi.

30. Turistik resurslar – O'zR konun xujjatlariga ko'ra – turistik xizmat ko'rsatish ob'ektlari, shuningdek turistlarning ma'naviy extiyojlarini kondirishga, ularning jismoniy kuchlarini tiklash va rivojlantirishga ko'maklashishga qaratilgan ob'ektlarni o'z ichiga oluvchi tabiiy-iqlim, soflomlashtirish, tarixiy-madaniy, ma'rifiy va ijtimoiy-maishiy ob'ektlar majmui.

31. Xalkaro turizm – boshqa mamlakatlarga sayoxatga borish. Xalkaro turizmning asosiy turlari quyidagilar: rekreastion, ilmiy, kongress, ijtimoiy, ixtisoslashgan, yoshlar turizmi va x.k.z.

32. Mamlakatga kiruvchi

turizm - O'zbekiston Respublikasida doimiy istiqomat qilmaydigan shaxslarning O'zbekiston Respublikasining xududi bo'ylab sayoxat qilishi.

33. Chetga chikuvchi

turizm – O'zR konun xujjatlariga ko'ra O'zbekiston Respublikasida doimiy istiqomat qiluvchi shaxslarning boshqa mamlakatga sayoxat qilishi.

34. Ishbilarmonlik turizmi

ishbilarmonlarning boshqa mamlakatga ishbilarmonlik maqsadlarida safar uyushtirishi

35. Xalqaro turistik xarajatlar – mamlakatning chet elda bo'lgan fuqarolari tomonidan amalga oshirilgan tovarlar va xizmatlar xakini to'lash xarajatlari, shu jumladan milliy tashuvchilarga xalqaro tashuvlar uchun to'lovlar. Axolining dam olish va turizm xarajatlari – mamlakat yoki mintaka axolisining dam olish, turizm va sport uchun mo'ljallangan umumiy xarajatlari.

36. Xalqaro turizm bo'yichaturizm

operastiyalar - xizmatlar bo'yicha savdo qilish turlari, u erda xak to'lanadigan faoliyat bilan shufullanmaydigan shaxslarning chet elga chikib ketishi bilan boflik xizmatlarni ko'rsatish. Turistik xizmatlarning asosiy turlari quyidagilar: turistlarni joylashtirish, ularni olib yurish, ovkatlanishini ta'minlash, madaniy extiyojlarini va ishbilarmonlik manfaatlarini kondirish, xujjatlarni rasmiylashtirish xizmatlari, shuningdek savdo korxonalari tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar.

37. Qabul qiluvchi mamlakat - boshqa mamlakatlar axolisi (rezidentlari) xisoblangan turistlarni qabul qiluvchi mamlakat

38. Turistlar bilan almashish – ikki yoki undan ko'p mamlakat ishtirokida ikki tomonlama yoki ko'p tomonlama asosda turizmni o'zaro tashkil etish shakli.

37. Turizmدا ovkatlanish – bu turistik xizmat bo'lib, uning asosida insonning ovkatga bo'lgan biologik extiyojini kondirish bilan boflik tadbirkorlik faoliyati yotadi.

38. Kontinental nonushta - kofe yoki choy, sharbat, bulochka, yoʻ va shinnidan iborat engil nonushta.

39. Faol turizm - xorijiy turistlarning mamlakatda yoki mamlakat turistlarining o'z mamlakatining ayrim mintaqalariga sayoxat qilishi.

40. Ichki turizm – O'zRda istiqomat qiluvchi shaxslarning O'zR xududidagi sayoxatlari.

41. Gurux bo'lib sayoxat qilish – insonlar guruxi (shu jumladan oilalar)ning o'z rejasi yoki turistik firma rejasi bo'yicha sayoxat qilishi.

42. Turizmni tasniflash – qabul qilingan asoslar bo'yicha turistik faoliyatning ichki imkoniyatga ko'ra narxlash.

43. Ilmiy turizm – dasturga ekskursiya safarlari xam kiritilgan kongresslar, simpozium, ilmiy seminarlar va x.k.ga tashrif buyurish maqsadida sayoxat qilish.

44. Uyushgan turizm – bir turist yoki turistlar guruxining turistik firma tomonidan belgilangan aniq yo'nalish va reglament bo'yicha sayoxat qilishi. Bunda turistlar va turistik firma o'zaro talablar va majburiyatlar bilan o'zaro bo'flangan.

45. Doimiy turizm – turistik mintakalarga yil davomida va nisbiy teng me'yorda tashrif buyurish.

46. Xavaskor turizm - turistlar tomonidan turistik firmani jalb qilmagan xolda mustaqil ravishda tashkil etiladigan, xarakatlanishning faol usullaridan foydalangan xolda sayoxat qilish. Bunda turistik xizmatlar xaki odatda ulardan foydalanilishiga qarab to'lanadi.

47. Mavsumiy turizm – turistlarning aloxida turistik mintakalarga faqat yilning muayyan vaqtida tashrif buyurishi.

48. Ijtimoiy turizm – davlat tomonidan ijtimoiy maqsadlar uchun ajratiladigan mablaflardan subsidiyalanadigan sayoxatlar.

49. Sport turizmi – turizmning bir turi bo'lib, unda o'zi istikomati qiladigan joyda shufullanish imkoni bo'lmagan xolatda sport bilan shufullanish maqsadida safar uyushtirish, bularga: yaxting, tof chafisi, kategoriyali yurish, velosport va boshqalar kiradi.

50. Stasionar turizm – bir joyda dam olish yoki bo'lish bilan bo'flik sayoxat.

51. Turistik yaxta – kirfoq bo'yi zonasida suzish uchun mo'ljallangan elkanli yaxta.

52. Ekologik sayyoxlik tabiiy qadriyatlar bilan tanishishga, ekologik tarbiyaga va ta'lim olishga yo'naltirilgan

53. Ekologik turizm – turistlar sayoxatini tabiatni muxofaza qilish bilan bo'fliklikni nazarda tutuvchi, tabiatga nisbatan ekologik ramxurlik munosabatida

bo'lish bilan uyfunlashtirish kiradi. Muxofaza qilinadigan tabiiy xududlar ekoturizmning asosiy resursi xisoblanadi.

54. Ekstremal turizm – bunga turist uchun yukori darajadagi xatar bilan bo'rlk turizm: alpinizm, katta chukurliklarga akvalang bilan suv ostiga sho'nfish, paraplanlarda uchish, parashyut bilan sakrash va sportning maxsus ko'nikmalari va tajribasini talab qiluvchi boshqa turlari kiradi.

55. Bolalar turizmi – maktab yoshidagi (7 yoshdan 17 yoshgacha) bolalar guruxining raxbar va gid-tarjimon xamroxligida uyushtirilgan sayoxati. Xozirgi sharoitda u yangi shakllarda namoyon bo'lmokda: chet tilini o'rganish maksadida ta'lim olish bolalar turizmi; mamlakat xududida va chet elda joylashgan sport va yozgi oromgoxlarda so'flomlashtirish bilan bo'rlk bolalar turizmi; ekskursiya-bilim olish bolalar turizmi va x.k. Bolalar turizmiga ixtisoslashgan turistik firmalar mavjud.

56. Xalkaro talabalar chiptasi – ayrim mamlakatlar universitetlarida yoki boshqa oliy o'quv yurtida o'qishni tasdiqlovchi muayyan shakldagi xujjat. Xalkaro talabalar chiptasi turistik sayoxatlar uyushtirishda talabalarning qator imtiyozlarga ega bo'lishi uchun zarur.

57. Yoshlar turizmi - yoshlar guruxining raxbar va gid-tarjimon xamroxligida uyushtirilgan sayoxati.

58. Tur tashkilotchisi - turistik firma tomonidan taklif etiladigan turda ishtirok etish uchun turistlar guruxini yiruvchi xususiy shaxs yoki tashkilot. Tur tashkilotchisiga ushbu yo'nalish bo'yicha bepul sayoxat qilish imkoniyati berilishi mumkin.

59. Oilaviy reja – ayrim mamlakatlarda - mexmonxonalar tomonidan birgalikda sayoxat qilayotgan bir oila a'zolariga takdim etiladigan joylashish qiymatidan beriladigan chegirmalar tizimi.

60. Rekreation zona - O'zRda – shaxar tashqarisida yoki shaxarda axolining dam olishini tashkil etish uchun mo'ljallangan bo'lib, istiroxat bo'rlari, bo'rlar, shaxar o'rmonlari, o'rmonzor parklar, plyajlar va boshqa ob'ektlarni o'z ichiga

oluvchi maxsus ajratiladigan xudud. Rekreasion zonalar jumlasiga alohida muxofaza qilinadigan tabiiy xududlar va tabiiy ob'ektlar kiritilishi mumkin.

61. Shaxardan tashqarida dam olish zonasi: akvatoriylar, o'rmonlar, to'rlar va maysazorlarni qamrab oluvchi;
- shahar tashqarisidagi maxsus zonalar;
- shahar aholisining qisqa vaqtda yoki uzoq muddatda dam olish uchun foydalaniladigan xududlar.

62. Kurort mintakasi O'zRda:
o'ta qulay tabiiy sharoitlar va davolanish omillariga ega bo'lgan, bunda kurortlar zich joylashgan bo'lib, sanitariya yoki to'q sanitariyasini muxofaza qilishning umumiy okrugi bilan birlashtirilgan xududdir.

63. Tabiiy muxofaza qilinadigan xudud – atmosfera va litosferaning tegishli qatlamiga ega bo'lgan, insonlar tomonidan to'liq yoki qisman, doimiy yoki vaqtinchalik intensiv xo'jalik aytanmasidan chiqarilgan va ekologik muvazanatni saqlash, insonlar turmushining muxitini xamda ular salomatligini saqlab turish, tabiiy resurslar, tarixiy, xo'jalik yoki estetik ahamiyatga ega bo'lgan qimmatbaho tabiiy va sun'iy ob'ektlar va xodisalarni muxofaza qilish uchun mo'ljallangan biosfera uchastkasi.

64. Rekreasion sirim - istiroxat bo'fi yoki dam olish zonasining bunda park manzarasining buzilishi, ruxiy-fiziologik muxitining yomonlashuvi, xududda joylashgan tarixiy arxitektura-madaniy ob'ektlariga ziyon etishi kuzatilmaydigan tashrif buyuruvchilarning muayyan soniga xizmat ko'rsatish qobiliyatini tavsiflovchi kattalik.

65. Rekreasion salohiyat – tabiiy xududning insonga ijobiy jismoniy, ruxiy, gigienik ta'sir ko'rsatish xususiyati.

66. Turistik safar: - odatiy muxitdan tashqariga chiqiladigan, 12 oygacha davom etadigan va turistik maqsadlarda uyushtiriladigan sayoxat.

67. Qirtoq bo'yida xizmat ko'rsatish – kruiz ishtirokchisiga kruiz qayfi to'xtab turgan davrda unga kirish portlarida ko'rsatiladigan xizmatlar yifindisi.

68. Temir yo'l kruizi – bir necha kun mobaynida aylanma yo'nalish bo'yicha xarakatlanish, turistlarni joylashtirish va ovqatlantirish uchun poezddan foydalangan xolda ekskursiyalar o'tkazish uchun yo'nalish bo'yicha to'xtashlar bilan kuzatiladigan temir yo'l turistik sayoxati.

69. Yopiq doiraviy yo'nalish – yo'lovchilarning belgilangan joygacha va ortga transportning bir turi bilan tashilishini nazarda tutuvchi yo'nalish.

70. Kruiz – dasturga kirfoq bo'yida xizmat ko'rsatish bo'yicha kiritilgan teploxodda dengiz yoki daryo turistik sayoxat qilinishi. Bunda teploxoddan tashish, joylashtirish, ovqatlantirish va ko'ngil ochish vositasi sifatida foydalaniladi.

71. Sayyox – ikki va undan ortiq ju'rofiy punkt oralifida safar uyushtiruvchi shaxs.

72. Safari – ov qilish yoki yovvoyi tabiat bilan tanishish maqsadida (Markaziy Afrika mamlakatlariga) sayyoxat uyushtirish.

73. Turistik yo'nalish – turistlarning muayyan davr mobaynida dasturda nazarda tutilgan xizmatlar va qo'shimcha turistik-ekskursiya xizmatlari ko'rsatilishiga erishish maqsadida ju'rofiy nuqtalar bo'yicha xarakatlanishining oldindan rejalashtirilgan yo'li.

74. Fotosafari – nodir xayvonlar va o'simliklarni tabiiy sharoitda sur'atga olish maqsadida uyushtiriladigan turistik safar.

75. O'rganish yo'nalishidagi turizm – turistik faoliyatning asosiy maqsadi o'rganishdan iborat bo'lgan turi.

76. Soflomlashtirish turizmi – qandaydir kasalliklar profilaktikasi yoki davolanish maqsadida uyushtiriladigan sayoxat. Odatda soflomlashtirish turizmi davolash-soflomlashtirish soxasi muassasasiga tashrif buyurish bilan boflik.

77. Talassoterapiya – dengiz suvi, balchiq va suv o'simliklaridan foydalangan xolda soflomlashtirish tadbirlari.

78. Turistik faoliyat – turoperatorlik va i turagentlik faoliyati, shuningdek sayoxatlarni tashkil etish bo'yicha boshqa faoliyat.

79. "O'lik" mavsum – turistik faoliyatning rekreastion faoliyatni tashkil etish uchun o'ta noqulay bo'lgan mavsumi.

80. Yuksak mavsum – turistik bozorda eng katta ishbilarmonlik faolligini namoyon etish mavsumi, turistik maxsulot va xizmatlar uchun eng yukori tariflar belgilanadigan vaqt.

81. Mustaqil turistik korxona – ushbu mulkdan foyda oluvchi mulkdor mustaqil egalik qiladigan, tasarruf etadigan va foydalanadigan turistik korxona.

82. Past mavsum – turistik bozorda ishbilarmonlik faolligi pasayadigan mavsum, bunda turistik maxsulot va xizmatlar narxlari eng past darajada bo'ladi.

83. Pik mavsum - turistik faoliyatning insonlar rekreastion faoliyatni tashkil etish uchun eng qulay bo'lgan, turistlarning eng ko'p bo'lishi va rekreastiya uchun eng qulay sharoitlar bilan tavsiflanuvchi mavsumi.

84. Turistik faoliyatning mavsumiyligi – turistik faoliyatning ushbu joy uchun xos bo'lgan barqaror takrorlanib turuvchi, rekreastiya sharoitlarining o'zgarishi bilan bog'liq stiklliligi. Turistik faoliyatning to'rtta mavsumi ajratiladi: pik mavsum, yuksak mavsum, past mavsum va "o'lik" mavsum.

85. Turistik faoliyatni sertifikatlash – turistik maxsulot, xizmatlar va boshqa ob'ektlarning belgilangan talablarga mos kelishini tasdiqlash tartibi. O'zbekistonda sertifikatlash turistlar xukuklari va manfaatlarini ximoyalash maqsadida turistik faoliyatni davlat tomonidan tartibga solish vositasi xisoblanadi.

86. Turagentlik faoliyati – yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor (turagent) tomonidan listenziya asosida amalga oshiriladigan turistik maxsulotni bozorga chikarish va sotish faoliyati.

87. Turistik biznes – turistik tashkilotning foyda yoki boshqa qulayliklarni keltiruvchi iqtisodiy faoliyat.

88. Turistik byuro – turistik-ekskursiya xizmatlari ko'rsatish, yo'llanmalarni sotish va boshqa xizmatlarni ko'rsatish; shuningdek - axolining aloxida guruxlari turistik faoliyatini amalga oshirish maqsadida faoliyat ko'rsatuvchi tashkilotlar va muassasalar tizimi.

89. Turistik firma – iste'molchilarga turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxona. Turistik firmalar tomonidan bajariladigan funkstiyalarga qarab ular turagentliklarga va turoperatorlarga bo'linadi.

90. Turistik agentligi: - axoliga ulgurji turistik firmalar tomonidan tashkil etiladigan turlarni sotish; shuningdek iste'molchilarga aloxida turistik xizmatlar ko'rsatish, transport chiptalari, ekskursiyalar va x.k. bilan shufullanuvchi chakana turistik firma.

91. Turoperator – ommaviy iste'mol talabiga mo'ljallangan turlarni ishlab chikish, ularni reklama qilish va chakana turagentlar orkali sotish bilan shufullanuvchi ulgurji turistik firma.

92. Turoperatorlik faoliyati - yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor (turagent) tomonidan listenziya asosida amalga oshiriladigan turistik maxsulotni shakllantirish, bozorga chikarish va sotish faoliyati.

93. Dam olish xukuki – insonning ish kunining konstitustiya yoki konunchilik bilan cheklanishini, dam olish va bayram kunlarining belgilanishini, xar yillik xak to'lanadigan ta'tilga chikish xukukini nazarda tutuvchi mexnat xukuki.

94. Sayr qilish kemasi – sayr qilish, dam olish, sevimli sport turi va turizm bilan shufullanish, xamda boshqa soflomlashtirish shuningdek madaniy maqsadlar uchun mo'ljallagan kema.

95. Professional rekreastiya – xodim tomonidan mexnat faoliyati jarayonida sarflangan va o'z xizmat majburiyatlarini malakali bajarish uchun zarur bo'lgan kuchlarni qayta tiklash maqsadida dam olish.

96. Rekrealogiya – rekreastion tizimlar xakida fanlararo fan.

97. Madaniyatning rekreativ funkstiyasi – madaniyatning inson tomonidan o'zining ma'naviy kuchlarining tiklanishiga, uning ma'naviy saloxiyatini yangilash va normaga keltirishga ko'maklashish kobiliyati.

98. Rekreatsiya geografiya – geografiyada xududiy konuniyatlarni va insonlarning jismoniy va ma'naviy kuchlarni tiklash va rivojlantirishga yo'naltirilgan faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini o'rganuvchi ilmiy yo'nalish.

99. Turistik baza – dam olish zonasida maxsus ajratilgan vaqtinchalik dam olishga moslashtirilgan binolar va inshootlarga ega xudud.

100. Dam olish muassasalari va joylari – aholining o'rmonzor parklarda, dam olish zonalarida dam olishi uchun mo'ljallangan ob'ektlar, yozgi lagerlar, turistik bazalar, plyajlar, kayik stantsiyalari, prichallar va x.k. kiradi.

101. Turizm joylashtirish vositalari – turistik tashkilotlar tomonidan sayohat vaqtida mehmondorchilik ko'rsatish va joylashtirish xizmatlari ko'rsatish uchun foydalaniladigan vositalar.

102. To'f-sport majmui – madaniy-maishiy xizmatlar ko'rsatishning sport va boshqa turlarini markazlashtirish, shuningdek yagona me'moriy-rejalashtirish echimi asosida barpo etilgan turistik majmua.

103. Mehmonxona – tashrif buyuruvchilarni qabul qilish va ularga xizmatlar ko'rsatishni amalga oshiruvchi mehmondorchilik industriyasi korxonasi. Mehmonxonalar turlari: motel, kemping, rotel, flotel, hotel, turistik baza, turistik priyutlar kiradi.

Dam olish joylari marketingi – dam oluvchilar va turistlarni kurortlarga, muayyan shaharlarga, shtatlarga va xatto mamlakatlarga jalb qilish maqsadini ko'zlovchi marketing. Dam olish joylari marketingi bilan sayohatlar byurosi, aviakompaniyalar, avtomotoklublar, neft kompaniyalari, otellar, motellar va davlat muassasalari shugullanadi.

104. Turizm industriyasining moddiy bazasi – xizmatlar ko'rsatish uchun foydalaniladigan ishlab chiqaruvchi kuchlarning moddiy va ashyoviy unsurlari yig'indisi. Moddiy baza faqat turistlar tomonidan foydalaniladi.

105. Turizm menejmenti – bozor sharoitida turistik tashkilotlarni mijozlarning rekreatsiya ehtiyojlari va talablariga yo'naltirilgan tarzda boshqarish.

106. Turistik infratuzilma – turistlarning xayot faoliyatini ta'minlash uchun foydalaniladigan ishlab chikarish, ijtimoiy va rekreasion yo'nalishdagi inshootlar va tarmoklar majmui.

107. Turistik renta – investistiyalashda – turistik maxsulot yoki turistik xizmatlarni realizatsiya qilishdan olinadigan, turizmning resurs bazasini investistiyalash, tiklash va kengaytirish uchun yo'naltiriladigan kat'iy belgilangan kattalik.

108. Turistik xarajatlar – tashrif buyuruvchining safari va belgilangan joyda bo'lishi jarayonida u tomonidan yoki uning nomidan kilingan iste'mol xarajatlarning umumiy summasi.

110. Amerikacha reja – joylashish va uch marta ovkatlanish qiymatini o'z ichiga oluvchi mexmonxona tarifi.

111. Apart-otel – undagi nomerlar o'zining jixozlanishiga ko'ra zamonaviy kvartiralarga yaqinlashtirilgan, xususan, ovkat tayyorlash uchun joylarni o'z ichiga oluvchi mexmonxona. Odatda ovkatlanish qiymati nomer qiymatiga kiritilmaydi.

112. Xostel – kichik xizmatlar to'plamiga ega mexmonxona.

113. Ekskursiya – diqqatga sazavor joylar, muzeylar va x.k.ga o'quv yoki madaniy-ma'rifiy maqsadlarda jamoa bo'lib tashrif buyurish.

114. Gid – turistlarga shaxarning diqqatga sazavor joylarini ko'rsatuvchi professional tarjimon.

115. Ekskursiyalarni tasniflash – ekskursiyalarni mazmuni, ishtirokchilarning tarkibi, o'tkazish joyi, xarakatlanish usuli, o'tkazish shakli bo'yicha bo'lish.

116. Press-tur – mintaqaga, loyixaga, ishlab chikaruvchi zavod yoki korxonaga e'tiborni jalb qilish maqsadida jurnalistlar uchun tashkil etilgan ekskursiya.

117. Sayoxatnoma (yo'l ko'rsatkich)

– muayyan jurofiy punkt yoki madaniy-ma'rifiy muassasa xaqidagi ma'lumotlarni o'zida mujassam etgan ma'lumotnoma.

118. Dayving – akvalangli suv osti yuki.

119. Sarguzashtli turizm – salomatlik uchun xatarsiz xolda o'zini sinab ko'rishni istovchi turistlar ehtiyojlarini qondiruvchi turizm, bunga safari-turlar va to'sikli maxsus yo'nalishlar o'tish kiradi.

120. Rafting – to'li daryolar bo'ylab motor vositalari bilan jixozlanmagan kayiklar, katamaranlar yoki plotlarda suzish.