

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

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

Q.A.ALIMOV, F.S.QUTLIMUROTOV, E.T.RABBIMOV

TURIZM INFRA TUZILMASI

(O‘quv qo‘llanma)

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

© Q.A.Alimov, F.S.Qutlimurotov, E.T.Rabbimov. Turizm infratuzilmasi. – O‘quv qo‘llanma. - Toshkent, TDIU, 2011 y - 188 b.

O‘quv qo‘llanma O‘zbekiston Respublikasi mustaqilligining 20 yilligiga va Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining 80 yillik yubileyiga bag‘ishlanadi.

O‘quv qo‘llanma turizm infratuzilmasini o‘rganish, tahlil qilish va uning shakllanishida asosiy jarayonlarni hamda rivojlanish bosqichlarini aniqlashga bag‘ishlangan.

O‘quv qo‘llanma oliy o‘quv yurtlarining iqtisodiy mutaxassisliklari bo‘yicha bilim olayotgan talabalar, tadqiqotchilar, professor - o‘qituvchilar, turizm kasb - hunar kollejlari o‘quvchilari hamda turizm sohasi bilan shug‘ullanayotgan barcha xodimlarga mo‘ljallangan.

Mazkur o‘quv qo‘llanma ayrim kamchiliklardan holi bo‘lmasligi mumkin. Kitobxonlarning bu boradagi barcha fikr-mulohazalari va takliflari mualliflar tomonidan minnatdorchilik bilan qabul qilinadi.

Ma’sul muharrir: dots., A.Eshtaev

Taqrizchilar:

i.f.d.prof., G.G.Nazarova, i.f.d.prof., B.Salimov

MUNDARIJA

Kirish	4
I.bob. TURIZM INFRATUZILMASI RIVOJLANISHINING NAZARIY ASOSLARI	6
1.1. Turizm infratuzilmasi tushunchasi	6
1.2. Turizm industriyasini tashkil qiluvchi vositalar	9
1.3. Iqtisodiyotda turizm infratuzilmasining shakllanish omillari va sabablari	15
1.4. O'zbekistonda turizm infratuzilmasining rivojlanishi	16
II.bob. O'ZBEKISTONDA RESTORAN MENEJMENTINI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY AHAMIYATI	19
2.1. O'zbekistonda restoran menejmentini rivojlantirishning ahamiyati	19
2.2. O'zbekistonda ovqatlanish xizmatlariga bo'lgan talabni o'rganish	20
2.3. Restoranlarga qo'yiladigan sanitariya talablari	22
III.bob. TURIZMDA MEHMONXONA XO'JALIGINI BOSHQARISH ASOSLARI	25
3.1. Mehmonxona xo'jaligini boshqarish asoslari	25
3.2. Turistik mehmonxona xo'jaliklarida boshqaruv jarayonlari	27
3.3. Turizmda mehmonxonalarni boshqarishning tashkiliy tizimlari	29
3.4. Mehmonxona xo'jaliklarida kadrlarni boshqarish unumdorligi	33
IV.bob. TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA TRANSPORTNING AHAMIYATI	38
4.1. Turistlarga transport xizmati ko'rsatish	38
4.2. Turistlarga xizmat ko'rsatishda transport samaradorligini aniqlash	40
V.bob. TURISTIK YONALISHLARNI SHAKLLANTIRISH	45
5.1. Turistik yo'nalishlarning asosiy tushuncha va tamoyillari	45
5.2. Turistik yo'nalishlarni ishlab chiqish va turlarni rejalashtirish	49
5.3. O'zbekistonda turistik yo'nalishlar bo'yicha marketing tadqiqotlari o'tkazish va takomillashtirish	53
VI.bob. TURIZM SIYOSATI ASOSLARI	61
6.1. Turizm siyosati tushunchasi	61
6.2. Turizm siyosatining muvaffaqiyatli shartlari	65
6.3. O'zbekiston turizmi iqtisodiyotida hukumat organlarining tutgan roli	66
VII.bob. TURIZM INFRATUZILMASIDA SARMOYANING XUSUSIYATLARI	70
7.1. Turizm infratuzilmasida sarmoya tushunchasi	70
7.2. Turizm sarmoya loyihalarining rivojlantirilishi	71
7.3. Turizm sarmoya loyihalarini moliyalashtirish	72
VIII. bob. TURISTIK FAOLIYATNI LISENZIYALASH	75
8.1. O'zbekistonda turistik faoliyatni lisenziyalash tartiblari	75
8.2. Xorijiy davlatlarda turistik faoliyatni lisenziyalash	77
Xulosa	81
Foydalanilgan adabiyotlar	83
Atamalar lug'ati	87

Kirish

Hozirgi kunda dunyo mamlakatlarining ko'pchiligi turizm infratuzilmasini rivojlantirish orqali o'z milliy iqtisodiyotini taraqqiy ettirmoqda. Mamlakatimiz turizmni shakllantirishda har qanday horijiy mamlakatlardan qolishmaydigan imkoniyatlarga egaligi bu borada ko'plab muvaffaqiyatlarga erishishimizni ta'minlovchi asosiy manba hisoblanadi. Ana shularni hisobga olgan holda, mamlakatimizda mustaqillikning dastlabki yillaridan to hozirga qadar zamon talablariga javob beradigan turizm infratuzilmasini tarkib toptirish va rivojlantirish borasida amalga oshirib kelinayotgan islohotlar o'zining ijobiy natijalarini berib kelmoqda. O'zbekistonda 2010 yilda xizmat ko'rsatish va kichik biznes sohasini aholi bandligini ta'minlash va hayot darajasini oshirishning eng muhim omili sifatida yanada rivojlantirish – ustivor vazifa bo'lib qoldi. Ayniqsa, xizmatlar ko'rsatish sohasini yanada jadal rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlarni chuqurlashtirish katta ahamiyatga ega ekanini alohida ta'kidlash joiz.

Prezidentimizning 2010 yilda respublikani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011 yil iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor vazifalariga bag'ishlangan majlisidagi ma'ruzasida mamlakatda tanlangan iqtisodiy rivojlantirishning o'z modeli va uning tamoyillari asosida ishlab chiqilgan, chuqur va har tomonlama o'ylangan mamlakatni isloh qilish va modernizatsiyalashni tadrijiy dasturi izchil amalga oshirilishi jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozining O'zbekiston iqtisodiyoti, uning moliya va bank tizimiga salbiy ta'sirini sezilarli darajada kamaytirish imkonini berganligi qayd etildi.

2010 yil yakunlariga ko'ra, mamlakatning yalpi ichki mahsuloti 8,5 foizga, sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 8,3 foizga, qishloq xo'jaligi mahsulotlari etishtirish hajmi 6,8 foizga, qurilish ishlari hajmi 8,1 foizga, chakana tovar aylanmasi 14,7 foizga, pullik xizmatlar 13,4 foizga ko'paydi. Iqtisodiyotga soliq yukining kamaytirilgani holda Davlat byudjeti yalpi ichki mahsulotga nisbatan 0,3 foiz miqdorda profitsit bilan ijro etildi. Inflyatsiya darajasi belgilangan prognoz ko'rsatkichidan oshmadi¹.

¹ Каримов И. “Барча режа ва дастурларимиз Ватанимиз тараққиётини уқсалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади” мавзусидаги маърузаси. // Халқ сўзи. 2011 йил 22 январь.

Mamlakatimiz Prezidenti o'z ma'ruzasida hal etilmagan mavjud muammolarni batafsil tahlil qildi hamda 2011 yilda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning quyidagi eng muhim ustuvor vazifalari va yo'nalishlarini belgilab berdi. Ya'ni **birinchi ustuvor vazifa**, tarkibiy o'zgartirishlar va yuksak texnologiyalarga asoslangan zamonaviy tarmoqlar va ishlab chiqarishni sohalarini jadal rivojlantirish; **ikkinchi ustuvor vazifa**, ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish texnik va texnologik qayta jihozlash, iqtisodiyotining etakchi tarmoqlarini jadal yangilash; **uchinchi ustuvor vazifa**, chet el investitsiyalarini keng jalb qilish, xorijiy investitsiyalar uchun yanada qulay sharoit yaratish; **to'rtinchi ustuvor vazifa**, infratuzilmani, transport va kommunikatsiya qurilishini kompleks va jadal ravishda rivojlantirish; **beshinchi ustuvor vazifa**, ijtimoiy rivojlanish, birinchi navbatda, ta'lim va sog'liqni saqlash sohalarining moddiy-texnik bazasining mustahkamlash va ularni jihozlash; **oltinchi ustuvor vazifa**, aholi bandligini ta'minlash va yangi ish o'rilarini tashkil qilishni ko'zda tutilgan.

Shu sababli jahon turizmi yutuqlarini o'rganish, tahlil qilish va ijobiy tomonlarini respublikamiz turizmiga tadbiq etish maqsadga muvofiqdir.

Mamlakatimizning turizm infratuzilmasini takomillashtirishda har qanday xorijiy mamlakatlardan qolishmaydigan imkoniyatlarga egaligi ko'plab muvaffaqiyatlarga erishishimizni ta'minlovchi asosiy manba hisoblanadi. Mustaqil o'lkamizning jahon hamjamiyatida keng miqyosda e'tirof etilishi, dunyoning iqtisodiy rivojlangan mamlakatlari bilan o'zaro do'stona munosabatlarning yanada barqarorlashib 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 iqtisodiy tarmoqlarda bo'lgani kabi, turizm sohasini rivojlantirishga alohida e'tibor berilmoqda. 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 hamjamiyati e'tiborini jalb etishdir. Respublikamiz turizmida xalqaro iqtisodiy munosabatlar tizimini rivojlantirishning asosini turistik tashkilotlar, joylashtirish vositalari va boshqa faoliyat turlarini rivojlantirish tashkil etadi.

1. Bob. “Turizm infratuzilmasi” fanining predmeti va mazmuni

1.1. Turizm infratuzilmasi tushunchasi

1.2. Turizm industriyasini tashkil qiluvchi vositalar

1.3. Iqtisodiyotda turizm infratuzilmasining shakllanish omillari va sabablari

1.4. O‘zbekistonda turizm infratuzilmasining rivojlanishi

1.1. Turizm infratuzilmasi 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 jahon andozalariga javob beradigan qilib tartibga keltirish uchun bir qancha ishlar amalga oshirilmoqda va mablag‘lar ajratilmoqda. Turizm infratuzilmasi iqtisodiy yoki siyosiy umumiy tizimni tarkibiy qismlarga bo‘lib, yordamchi, bo‘ysunuvchi xususiyatga ega va umumiy tuzilmaning bir tekis ishlashini ta‘minlashga xizmat qiladi. Etarli infratuzilma turlarining asosiy omillarini quyidagicha guruhlashimiz 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; sog‘liqni saqlash tizimining bo‘lishi; xavfsizlik jihatidan kerakli manbalarni ta‘minlaydigan transportlar; portlar, ishonchli temir yo‘l; tarixiy yodgorliklar va an‘analarni himoya qiladigan dasturlarning ishlab chiqilishi; atrof-muhitni himoya qilish; madaniy ko‘rsatuvlar dasturi va o‘qish joylari, kutubxona, muzey, teatr, xususiy va davlatga tegishli madaniy markazlarni qurish; piyodalarni shovqinga, changga, tumanga qarshi tadbirlarini ishlab chiqish, yashil joylar va chiroyli bog‘larning barpo qilinishi; piyodalarga va velosipedchilarga mo‘ljallangan yo‘llarni, imoratlarni, o‘rindiqlarni 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, yong‘inni o‘chirish xizmatlari. Turizm sohasining rivojlanishini turizm infratuzilmasisiz tasavvur qilib bo‘lmaydi.

Turizm infratuzilmasi XIX asr oxirlarida hozirgi mamlakatlar iqtisodiyotida endigina shakllanayotgan edi. Hozirgi kunga kelib ushbu tarmoq dunyoning uchinchi ko'p daromad keltirayotgan sohasiga aylanganligi hech kimga sir emas. Bu sohani o'rganishni davr taqozosi desak bo'ladi. Bugungi kunda turizm industriyasi dinamik ravishda rivojlanayotgan xizmatlar xalqaro savdosi turi bo'lib kelmoqda. Oxirgi 10-20 yil davomida dunyo bo'yicha xorijiy turistlar sonining o'rtacha yillik o'sish sur'ati 5 – 6 %, valyuta tushumlarining o'rtacha yillik o'sish sur'ati 8-9 % ni tashkil etdi. Butunjahon turistik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra 2009 yil dunyoda 780 mln. turist qayd etilgan, xalqaro turizmdan tushgan daromadlar 478 mlrd. AQSH dollarini tashkil etdi (xalqaro transport xizmatlarini hisobga olmagan holda). Umuman 1950 yildan 2008 yilga qadar xalqaro turizmdan tushgan yillik valyuta hajmi 145 marta o'sgani qayd etildi.

Mutaxassislar xulosasiga ko'ra, turizmning rivojlanishi bundan keyin ham davom etadi. Har xil hisoblarga tayangan holda 2015 yilda turizm sohasi yirik eksport sohasiga aylanishi kutilmoqda. Agar turizm hozirgi o'sish sur'atida davom etsa, 2015 yilda xalqaro turistlar soni 1 mlrd kishini tashkil qiladi². Olimlarning hisob kitoblariga ko'ra xalqaro turizmning rivojlanishi asosida quyidagi omillar yotadi:

- iqtisodiy o'sish va ijtimoiy jarayon;
- transport vositalarining rivojlanishi;
- rivojlangan davlatlarda ishchi va xizmatchilar sonining ko'payishi va ularning moddiy va madaniy saviyasining oshishi;
- mehnat unumdirligi va xizmatkorlar ta'tilining uzayishi;
- davlatlararo munosabatlar va madaniy aloqalar rivojlanishi shaxslararo aloqalarning mintaq va mintaqalararo miqyosida kengayishi;
- xizmatlar sohasining rivojlanishi;
- texnologiya rivojlanishi (aloqa va h.k.);
- chegara to'siqlari, valyuta almashuvi va chetga chiqarish to'siqlarining kamayishi, qog'ozbozlikning qisqarishi.

Dunyo bo'yicha turizmning ahamiyati doimiy ravishda o'sib kelmoqda. Bu turizmning iqtisodiyotga bo'lgan bevosita ta'siri natijasidir. Turizm infratuzilmasi ayrim davlatlar iqtisodiyotida muhim vazifalarni bajarib kelmoqda:

1. Valyuta manbayi, bandlikni ta'minlash vositasi va to'lov balansi muammosini echishda xizmat qilmoqda;

² www.world-tourism.org

2. Yalpi ichki mahsulot (YAIM) ko'rsatkichi ko'tarilmoqda;
3. Iqtisodiyot diversifikatsiyasi hamda turizmga xizmat ko'rsatuvchi yangi sohalar paydo bo'lishiga ta'sir ko'rsatmoqda.
4. Turizm sohasida bandlik o'sishi bilan, aholi daromadlari va millatning boyligi ortmoqda.

Bugungi kunga kelib turizm MDH davlatlarida rivojlanayotgan sohaga aylandi. Turistik faoliyatning hamma sohalar, davlat tarmoqlari saviyasi, turbiznes paydo bo'lishi, yangicha ishlash taklifining kengayishi va maxsuslashuvni chuqurlashtirish bo'yicha izlanishlar davom etmoqda.

Foyda maqsadini ko'zlagan turizm tashkilotlari, marketing xizmatlari, mehmonxona, transport xizmatlari, oziq-ovqat xizmatlari, chakana savdo do'konlari va boshqa turli vositalar kabi bir-biridan farqli xizmatlar turizm infratuzilmasining bir bo'lagi hisoblansa, foydasining qanchasini turistlardan, qanchasini hamkorlik asosida olinganligiga bog'liqdir. Turizm infratuzilmasi, iqtisodiyotning agrosanoat kabi boshqa industriyalariga foyda keltiruvchi bir tarmoqdir. Ushbu xususiyati bilan turizm infratuzilmasi sarmoya va foyda keltiradigan tarmoq hisoblanadi. Turizm infratuzilmasining boshqa sohalar bilan xizmat qilish aloqasi mavjud, ya'ni:

- turizm infratuzilmasi - rivojlanayotgan davlatlar iqtisodiyotiga juda katta foyda keltiruvchi soha bo'lmoqda;

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

- turizm infratuzilmasi davlatlar va mintaqalar o'rtasida, ekologik va madaniy muloqat orasida vositachilik qilgan xizmat mehmondo'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 infratuzilmasini tashkil qiluvchi omillar

Iqtisodiyotda turizm sohasi alohida industriya hisoblanadi. Turizm infratuzilmasida jismoniy mehnat orqali mahsulot ishlab chiqarilmaydi, unda faqat xizmat ko'rsatiladi. Turizm infratuzilmasi 4 ta asosiy vositalardan tashkil topadi³. Bular:

1. Transport;
2. Mehmonxona;
3. Animatsiya faoliyatlari (hordiq chiqaruvchi va dam oldiruvchi);
4. Turistik tashkilotlar.

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

XVIII asrdagi industriya inqilobidan keyin transport vositalaridagi jadal rivojlanish zamonaviy turizmning tug'ilishiga, uzoq masofada joylashgan turistik markazlarning ochilishiga imkon yaratdi. Turizm sohasida transportning ahamiyati quyidagicha guruhlantiriladi:

1. Transport, biror davlatda joylashgan turistik markazlarning qulay ziyorat qilinishiga imkoniyat yaratadi, chunki mazkur mintqa turistik resurslarga ega bo'lsa ham ularni osonlikcha ziyorat qilish imkonini beradigan vosita bo'lmasa, ularni tomosha qilish, ko'rish va ulardan foydalanish mumkin bo'lmaydi. Shu sababli, turizm infratuzilmasi rivojlanishi birinchi navbatda transport vositalarining rivojlanishiga bog'liq. Boshqa tomondan, turizm rivojlanishi transport vositalariga ham ta'sir ko'rsatadi. Chunki, turizm infratuzilmasi rivojlangan sari mavjud ehtiyojlarni qondirish uchun transport vositalari ham rivojlanadi. Shu sababli turizm va transport o'rtasida 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 qo'llanilishi, vaqti va moliyaviy ahvoli o'rtacha bo'lgan insonlarning ham turizm harakatlariga qatnashishini yaratadi. Shunday qilib, transport vositalari rivojlangan sayin turistik harakatlar miqdor va sifat jihatdan yaxshilanadi, natijada o'rta tabaqada

³ Боголюбов В.С и др. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: «Академия», 2005 г. 112 с

yashovchi halq uchun ham sayohat qilish imkoniyati yaratiladi. Transport turlari 4 ta guruhda jamlanadi: temir yo‘l, suv yo‘li, havo yo‘li va avtomobil transportlari.

Mehmonxona xo‘jaligining turizmdagi ahamiyati. Turizm infratuzilmasini tashkil qiluvchi vositalardan yana biri mehmonxona xo‘jaligidir. Mehmonxona xo‘jaligi turistlarning vaqtinchalik tunash, ovqatlanish, tomosha qilish va hordiq chiqarish kabi ijtimoiy ehtiyojlarni qondiruvchi muassasadir. Bu muassasadan foydalangan turistlarning sayohat qilish sabablari, maqsadi, sayohat shakllari va zavqlari juda farqli bo‘lganligi uchun mehmonxona sektorini hosil qiluvchi muassasalar ham bir-biridan farqlidir.

Mehmonxona xo‘jaliklari ham o‘z tuzilishlariga qarab turli xil bo‘ladi: lyuks mehmonxonalar, o‘rta narxli mehmonxonalar va arzon narxdagi mehmonxonalar: shahar mehmonxonalar, tog‘ mehmonxonalar, sanatoriya mehmonxonalar, sohil mehmonxonalar: yil bo‘yi faoliyat ko‘rsatuvchi va ma‘lum oylarda faoliyat ko‘rsatuvchi mehmonxonalar; tijoriy va ijtimoiy maqsadda ishlatiluvchi mehmonxonalar.

Mehmonxona xo‘jaligi va ushbu xo‘jalikni tashkil qiluvchi muassasalarning quyidagi xususiyatlari mavjud:

- mehmonxona xo‘jaligida, sarmoyaning 80% dan ortig‘i bino, gilam, mebel va shunga o‘xshash vositalar kabi davomli qo‘llanishga ta‘sis qilingan vositalarga sarflanadi.

- mehmonxona xo‘jaliklarida ishlovchi personallar dini, tili, daromadlari, dunyoqarashi, urf-odatlar va millatlari farqli bo‘lgan mijozlarga xizmat qilish majburiyati bo‘lganligi uchun xodimlarning kengroq tushuncha va dunyoqarashga ega bo‘lishi kerak.

- mehmonxona xo‘jaliklarida turistlarga ko‘rsatiladigan xizmatlar turli xil bo‘limlarda ko‘rsatiladi.

Animatsiya faoliyatlarining ko‘rsatilishi uchun biror davlatga turistlarning kelishi uchun faqat sayohat, 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 sayohat qiladi. Shu sababli, turistning bu xohishlarini ro‘yobga chiqarishga imkon beradigan imkoniyatlarni tayyorlash kerak. Bu imkoniyat, turistik mahsulotga ba‘zi tuzatishlarni kiritish va tomosha qilinuvchi muhitning tayyorlanishi bilan yaratiladi. Tomosha va jonlantiruvchi muhit bir tomondan xush vaqt o‘tkazishga, boshqa tomondan korxonaga qo‘shimcha daromad yaratishga imkon beradi,

turistik joyda va korxonada bir zavqlilik yaratadi. Animatsiyaning 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 h.k.);

- harakat 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 uyg'un shaklda yuqorida keltirilgan animatsiya faoliyatlaridan hosil bo'lgani kabi turli dasturlarni turistlarga taqdim qila olishi va bu faoliyatlarni ta'sirchan bir shaklda turistlarga etkazishlari kerak. Shunday qilib, bu faoliyat turizm industriyasining asosiy omili bo'lgan tashkilot tuzilmasini tashkil qiladi.

Turistik tashkilotlar. Turistik tashkilotlar turistlarga sayohat qilish, tomosha qilish va shunga o'xshash faoliyatlar haqida ma'lumot beruvchi, tavsiya beruvchi va turli xil mavzular bo'yicha yordam ko'rsatuvchi muassasadir. Turistik tashkilotlar 4 ta guruhda to'planadi⁴:

1. Turizmning moliyaviy tashkilotlari.
2. Sayohat agentliklari.
3. Turoperatorlar.
4. Turizmga davlat tashkilotlari.

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

2. Sayohat agentliklari haridor bilan turistik mahsulot va xizmatlarning egalari o'rtasida vositachi rolini o'ynagan, sotilgan mahsulotdan ma'lum bir foizni oluvchi tijoriy tashkilotdir. Sayohat agentliklari turizm talabi va taklifi o'rtasidagi tijoriy hayotda tijoratchi rolini o'ynaydilar. Tijoriy hayotning rivojlanishi, tijorat vositalarining ahamiyatini oshirganidek, turizm sohasida ham 1950 yildan beri kuzatilayotgan katta bir rivojlanish

⁴ Боголюбов В.С и др. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: «Академия», 2009 г. 153 с

sayohat agentliklarining ham ahamiyatini oshirmoqdi. Bu erda ba'zi statistik ma'lumotlarning berilishi bu jihatni izohlaydi.

Tashqi turistlarning 50% i chipta olish, ovqat kuponlarini to'g'irlash, xonani bron qildirish uchun sayohat agentliklariga murojaat qilmoqdalar. Halqaro turizmdagi ish hajmining 75% i sayohat agentliklari tomonidan ro'yobga chiqarilmoqda. Sayohat agentliklarining turizmdagi ahamiyati quyidagi omillar tufayli hosil bo'lmoqda;

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

- moliyaviy ahvoli va vaqtlari chegarali bo'lgan turistlar ijobiy bir narx orqali sayohat dasturini ro'yobga chiqargan agentliklar bilan aloqada bo'lishlari;

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

Sayohat 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; guruhli va shaxsiy sayohatlarni tashkillashtirish; turopoperatorlar tomonidan tashkillashtirilgan pekij - turlarni sotish.

Sayohat agentliklari 2 xildagi vazifani bajaradi.

- Mamlakat ichiga yo'naltirilgan ishlar. Tashqaridan kelgan guruh va kishilarning sayohatlarini tashkil qilish: mehmonxona, oshxona, vositachi va rahbar topish, qilinadigan chiqimlarni oldindan hisoblash bu servisning vazifalaridir;

- Tashqariga yo'naltirilgan ishlar. Mamlakat ichida va tashqarisida sayohat qiladigan shaxs va guruhlarini sayohat qiladigan erlarga oid transport vositalarining biletlari, mehmonxonalarning kuponlari bilan ta'minlash, ziyoratlarini tashkillashtirish bu servisning vazifalaridir.

3. Turopoperatorlar sayohat agentligining huquqiy maqomiga ega bo'lib tashkil qilingan tashkilotdir. Sayohatga chiqishdan boshlab orqaga qaytgunga qadar sayohat, tunash, ovqatlanish, hordiq chiqarish, rahbarlik xizmatlari, yolg'iz va arzon bir narx orqali «pekij - tur» tayyorlagan va bu turlarni to'g'ridan-to'g'ri yoki sayohat agentliklari vositachiligi yordamida sotuvchi tashkilotdir. Turopoperatorlarning jamoat turizmi rivojlanishida, turizmning bir mojaro bo'lishdan qutqarilishida, tasodiflarning chorasida, sayohat muddati bo'yicha pul masalasining bo'lishida katta rol o'ynaydi.

Turoperator yaratgan imkoniyatlar va bu tizimni majbur qilgan sabablar quyidagicha berilgan⁵:

- turistik harakatlarning borgan sari ommaviy xususiyat qozonishi;
- “pekij – tur” xususiyati bilan tanishish;
- turistik mahsulot hamda xizmatlarni qisman va ma’lum darajada standartlashtirish;
- o’rta sinf vakillarining turizmga qatnashish qoidalariga javob beradigan tannarx tasarrufi;
- turistik mahsulotning oldindan sotib olib, ishlab chiqaruvchilarga qisman davomli va kafolatli haridor topish;
- mahsulot paketini va paketda o’rin olgan ba’zi qo’shimcha mahsulot va xizmatlarning sotish davriga kirishining yaratilishi;
- turistik mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqaruvchilarga halqaro turizmning yangi ehtiyoj va takliflari haqida ma’lumot transferlari yaratilib, ishlab chiqarish siyosatlarining yo’naltirilishi;
- axborot tizimlarining rivojlanishi;
- xorijiy til, ma’lumot va sog’liq kabi ba’zi andishalar bilan turizmga qatnashishda tortuvchanlik ko’rsatilganlarning turizm harakatlariga qatnasha olishi;
- turizm xizmatlarini sotib olishga yo’nalgan kishilarning muqobil yo’llari ko’pligidan turizmga qatnashishda qaror olish uchun jalb qilinishlari;
- iste’molchilarning transport, tunash, tomosha qilish joylarining narxlari haqidagi ma’lumotlarning chegaraliligi.

4. Turizmda davlat tashkilotlari. Turizmda davlat tashkilotlari, davlat yoki boshqa hukumat idoralari tomonidan tashkil qilingan va boshqaruvchi ya’ni hukumat idoralariga bo’ysunuvchi tashkilotlardir.

1.3. Iqtisodiyotda turizm infratuzilmasining shakllanish omillari va sabablari

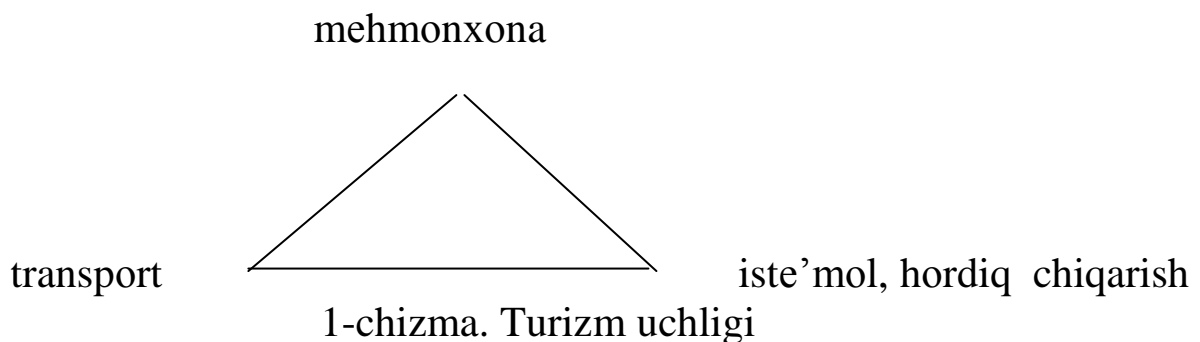
Bozor iqtisodiyotining shakllanish jarayoni ijtimoiy-iqtisodiy hodisalarda ma’lum bir darajada o’zgarishlar sodir bo’lishini taqoza etib, sifat ko’rsatkichlarida o’z aksini topadi. Mamlakatda sodir bo’layotgan o’zgarishlar eng avvalo iqtisodiy islohotlarni izchillik bilan amalga oshirilishi natijasida ko’zga tashlanib bormoqda. Ayniqsa, iqtisodiyotning muhim tarmog’i hisoblangan noishlabchiqarish sohalari respublika

⁵ Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 148 с.

iqtisodiyotining rivojlanishida, aholini ish bilan ta'minlashda, ularni moddiy farovonligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Aynan shuning uchun ham xizmat ko'rsatish sohalarini faoliyatini zamon talablari asosida tashkil etish maqsadida moddiy, mehnat va moliyaviy resurslar ajratilib, uning rivojlanishi uchun zarur chora-tadbirlar belgilamoqda.

Agar rivojlangan mamlakatlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi samaradorligiga e'tiborni qaratadigan bo'lsak, keyingi yillarda xizmat ko'rsatish sohalarining ijtimoiy mehnat taqsimotida yirik tarmoqqa aylanib borayotganligining guvohi bo'lamiz. 90- yillarning ikkinchi yarmida bu mamlakatlarda ishga yaroqli umumiy aholining o'rtacha 71% dan ortig'i xizmat ko'rsatish sohalarida faol ishtirok etmoqda va shu orqali mamlakat iqtisodiyoti va aholi turmush farovonligiga sezilarli darajada ta'sir ko'rsatmoqda.

Insonning qobiliyatini saqlash va rivojlanishi uchun qaratilgan ijtimoiy strategiyaning muhim pallalaridan biri bo'lgan turizmning infratuzilmasining 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 tarmog'i ichki-maishiy xizmat ko'rsatishi mumkin.



Hozirgi kunda fan-texnika taraqqiyoti insonlarning jismoniy charchashini kamaytirib, asab tarangligini kuchaytiryapti. Bu esa o'z navbatida insonlarni ko'ngilli hordiq chiqarishini va dam olishlarini yaxshi tashkil etishni taqoza etadi. Shuni hisobga olib, turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasida «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) huquqini belgilab qo'yishi, eng zarur bo'lgan talablardan biridir. Chunki turizm rang-barang taassurotlardan hosil bo'lgan fikrni yanada boyitib,

insonlarning ruhiy holatiga ijobiy ta'sir etadi va keyingi mehnat faoliyatlarida faol ishtirok etish uchun zamin yaratadi. Insonlarni shaxs sifatida kamol topishida turizm infratuzilmasining ham roli va ahamiyati muqarrardir. Ularni intellektual madaniyatini atrof-muhit, safardan olgan taassurotlari asosida oshirishga va shu orqali kishini ijtimoiy madaniyatini ham qanday darajada bo'lishligini ko'rsatib bermoqda. Rivojlangan mamlakatlar oilalarining oila byudjetini salmoqli hissasi turizm sohasi uchun sarflanayotgani buning yorqin dalili bo'ladi.

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

Dunyo miqyosida turistik aloqalarning paydo bo'lishi va shakllanish omillari har xil bo'lib, ularning asosiylari quyidagilardan iborat. Turizm sohasi uchun birinchi omil bu kadrlarning bilim va tajriba potentsiali hisoblanadi (ishchi mutaxassis bo'lishi mumkin, lekin maxsus bilim va tajriba bo'lmasa turizmda ish ketmaydi). Turmahsulotning soni va sifati, turistik rekreatsion resurslariga, klimatik ob-havo sharoitlariga, tarixiy va arxeologik hamda 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 guruhlar hisoblanadi: turistlarni qabul qiluvchi transportlar, mehmonxona va restorandagi joylar, kadrlarning soni va sifat-standartlari, ko'rsatiladigan turmahsulotlar soni va sifati, turmahsulotlarni reklama qilish soni va sifati. Turizmda xalqaro hamkorliklarni rivojlantirishning ijtimoiy va iqtisodiy o'sishiga quyidagi omillar ta'sir qiladi:

Siyosiy omillar - davlatlar o'rtasidagi munosabatlar, shartnomalar, mahsulot 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, yer osti davolovchi suvlar, tog'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 qo'llanmalarining mavjudligi va h.k.

1.4. O'zbekistonda turizm infratuzilmasining rivojlanishi

Turizm infratuzilmasi deganda turizm tarmog'ida bo'ladigan munosabatlar va hodisalarning to'plami va yaxlitligi tushuniladi. Turizm bu tashqi muhit bilan o'zaro ta'sir qiluvchi turizm tashkilotlari va hududlarini o'z ichiga oluvchi munosabatlar tizimidir. Avvalam bor turizm infratuzilmasidagi sub'ektlar va ob'ektlarni ajratib olamiz. *Turizm sub'ekti* deganda o'ziga xos turizm xizmatlari orqali talabni qondirishni izlayotgan turizm anjumanining ishtrokchisi 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 bog'liqligidir. Turizm bu zamonaviy menejment usullari va tamoyillaridan foydalanib boshqarilishi mumkin va kerak bo'lgan ochiq tizimdir.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotining shakllanish davri jahon bozorlarida turizm sohasida keskin o'zgarishlar bo'lib o'tgan davriga to'g'ri keldi. Jahonda turizm iqtisodiyoti ahamiyatli tarmoqlaridan biriga aylandi. Turizm industriyasi millionlab ishchi va xizmatchilarni ish joylari bilan ta'minlab ularning kasb mahoratining o'sishiga imkoniyatlar yaratib bermoqda. Shuni aytib o'tish kerak-ki, bu sohada ish bilan ta'minlash boshqa sohalarga qaraganda ikki barobar tez o'smoqda.

Turizm industriyasida menejmentning rivojlanishiga iqtisodiy, ijtimoiy, 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 qo'yilgan, lekin bu huquqdan foydalanish uchun qator ijtimoiy yo'nalishdagi muammolarni hal qilish kerak: transport, yo'l, ovqatlanish va boshqalar shular jumlasidandir. Bu erda gap boshqarilishi kerak bo'lgan turizm infratuzilmasi nazarda tutilmoqda.

O'zbekistonda turizm tashkilotlari oldida 2 ta o'zaro bog'liq masala turadi:

- Bozor munosabatlarini butunlay amaliyotga kiritish, ya'ni turizm menejmentiga bozor iqtisodiyoti mazmunini singdirish;

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

Bugungi kunda milliy iqtisodiyotning o'sishi dunyo bozoriga bog'liq bo'lmoqda. Turizm, davlatlarni o'zaro yaqinlashtiribgina qolmay, balki xalqaro munosabatlarni rivojlantirishda muhim omil bo'lmoqda. Shuning uchun, xalqaro turizmni to'g'ri tashkil etish va boshqarish zaruriyati sezilmoqda. Demak, turizm bu munosabatlar, aloqalar va voqea-hodisalar bilan birgalikda odamlarning yo'l safari va ularning doimiy yoki uzoq muddatga mo'ljallanmagan joylashuvi va ularning doimiy yoki uzoq muddatga mo'ljallanmagan joylashuvi va ularning mehnat faoliyatiga bog'liq bo'lmagan majmuadan iborat. Shunday qilib, turizm infratuzilmasi iqtisodning boshqarilishi kerak bo'lgan va o'z ichiga turizm tashkilotchilari va vositachilarining faoliyatini qamrab oluvchi tarmoqdir.

X u l o s a

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

Nazorat savollari

1. Turizm infratuzilmasi nima?
2. Turizm infratuzilmasi qachondan shakllana boshladi?
3. Turizm infratuzilmasining boshqa sohalarga ta'siri qanday?
4. Animatsion 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 Mahkamasining "Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish" to'g'risidagi 346 - sonli qarori. - Xalq so'zi 9-avgust 1998 y.
2. Биржаков М.Б. Введение в Туризм: Учебник. - М.: «Издательский дом Герда», 2006. – 512 с.
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 480 с.
4. Улицкого М.П. Оценка стоимости транспортных средств: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. 304 с.
5. Боголюбов В.С и др. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: «Академия», 2009 г. 192 с
6. Интернет сайтлари.
www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции

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

2.1.O‘zbekistonda restoran menejmentini rivojlantirishning ahamiyati

Restoran menejmentini rivojlantirishning O‘zbekiston iqtisodiyoti uchun zarurligi, uning imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda aholining moddiy farovonligini yaxshilash, ularni ish bilan ta‘minlash imkoniyatlari yanada yuqori bo‘lishiga erishish mumkin. Bu maqsadga etish uchun hali amalga oshiriladigan ishlar ko‘lami juda keng. Shuni qayd qilish lozimki, restoran menejmenti muammolari eng kam o‘rganilgan yo‘nalish bo‘lgan, bu sohaning qay turlariga e‘tibor berish, sayohat qiluvchilar uchun ularning xohish - irodasini bilish, eng foydali va qulay safarlarga chorlash, xavfsizlikni ta‘minlash, ovqatlantirish faoliyatini o‘rganish, ayniqsa milliy taomlar reklamasini amalga oshirish va axborotlar ma‘lumotlariga ega bo‘lish juda muhimdir.

O‘zbekistonda sayyohlikning rivojlanishi, unga bo‘lgan munosabatni yildan - yilga ortib borishi bilan belgilanadi. Ayniqsa, xususiy va kichik tadbirkorlarni shakllantirishda sayyohlikning imkoniyatlari juda kattadir. Chunki, O‘zbekiston sharoitida hozirgi iqtisodiy barqarorlikning mavjud bo‘lishi bu sohani ham jadal sur‘atlar bilan rivojlantirish imkoniyatini tug‘dirmoqda. Tarixdan ma‘lumki, har bir davlat taraqqiyotida eng asosiy omil, ijtimoiy adolat, insonparvarlik va osoyishtalikdir. Mana shunday vaziyat O‘zbekiston hududida mavjud bo‘lib, u O‘rta Osiyo mintaqasida eng sulhparvar, osoyishta, tadbirkor va sayyohlarni o‘ziga chorlovchi makon hisoblanadi. Shularni hisobga olib, O‘zbekistonda restoran xo‘jaligini takomillashtirishni o‘rganish, undan jahon bozorlari uchun yo‘l topish juda muhimdir. Sayohatchilarga xizmat ko‘rsatishning g‘arbning zamonaviy andozalarini ham, Sharqning mehmondo‘stlik an‘analarini ham birlashtiradigan turizmning milliy modelini shakllantirish uchun yanada keng imkoniyatlar ochiladi. O‘zbekiston Respublikasi ham boshqa hamdo‘stlik mamlakatlari qatori halqaro turizmni rivojlantirish chora - tadbirlarini ko‘rib o‘zining milliy modeliga asoslangan turizmni shakllantirish uchun harakat qilmoqda. Bu model ichki imkoniyatlarga, o‘zbek halqi mentalitetiga va jahon andozalariga mos keladigan talablarni

hisobga olgan holda amalga oshirilishi lozimligi ta'kidlanmoqda. Agar O'zbekistonni turizm sohasidagi salohiyatini ko'radigan bo'lsak, u Markaziy Osiyo mamlakatlari ichida eng katta imkoniyatlarga ega ekanligini ko'ramiz. Bu haqda, masalan, respublika xududida mavjud bo'lgan 4 mingdan ortiq me'morchilik, monumental san'at, qadimiy yodgorliklar dalolat berib turibdi.

O'zbekistonda halqaro turizm imkoniyatlarini o'rgangan turistik tashkilotlarning ekspertlari ma'lumotiga ko'ra 2010 yilga kelib, respublikaga xorijdan 1,2 mln. dan ortiq, sayyohatchi kelishi mo'ljallangan, ulardan keladigan daromad esa 1 mlrd. Amerika dollaridan ortib ketadi. Xalqaro turizmning bunday rivojlanishi, uni eng daromadli valyuta tushumlari keladigan tarmoqqa aylantiradi, hatto paxta - tolasi yoki oltinni sotishga qaraganda ham daromadliroq hisoblanishi mumkin. Kelajakda turizmni eng katta foyda keltiruvchi tarmoq deb, qarashga jahon 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 martaga ko'paydi. O'zbekistonning yaqin kelajakdagi salohiyatini o'rganish natijasida, ilmiy izlanish natijalari shundan dalolat bermoqdaki, halqaro turizmdan keladigan daromad 2015 yilga kelib, 1-1,5 mlrd. dollarni tashkil etishi mumkin. Ya'ni, u respublika yalpi mahsulot eksperti valyuta tushumidan kam bo'lmaydi. Ammo hozirgi mavjud holatda bunday natijaga erishish mushkul. Bu qiyinchilik juda ko'plab omillarga, sabablarga bog'liq bo'lgan, insonlar ongidagi eski fikrlashlar, ularni psixologik kayfiyatlaridagi ayrim tushunmovchiliklarni bartaraf qilish bilan bog'liqdir.

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

Xalqaro turizmda xizmat ko'rsatish va servis, ta'kidlaganimizdek, juda katta salohiyatga ega. Ammo bu salohiyatdan foydalanish samarasi juda ham kam desak mubolag'a bo'lmaydi. Xalqaro turizm bozorini rivojlantirishda ovqatlantirish komplekslari bilan birgalikda restoran hisoblanmagan, ammo uning vazifasini bajaradigan ob'ektlardan ham keng foydalanish maqsadga muvofiqdir. Sayyohlarni ovqatlantirishda odatda bunday ob'ektlar juda qulay va sodda bo'lib, ularning samaradorligi yuqoridir. Choyxonalar, shaxsiy oshxonalar va h.k.lar sayyohlar uchun juda qulay bo'lgan ovqatlanish maskanlaridir. Sayyohlikda 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. Vaholanki, xalqaro turizm yo'nalishi bo'yicha tashrif buyuradigan turistlarning choyxona kabi maskanlardan foydalanishi ular uchun juda qulaylik tug'diradi. Ayniqsa, hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida mavjud bo'lgan iqtisodiy qiyinchiliklar davrida ichki sayyohlarimiz uchun bunday maskanlardan foydalanish arzon va qulaydir. Bunday maskanlarda odatda odamlar gavjum, faqat xalqaro sayyohlar emas, balki O'zbekiston fuqarolari bo'lgan sayyohlarning tez-tez tashrif buyuradigan joylarida qurilishi va foydalanishini maqsadga muvofiq, deb o'ylaymiz. Yoz oylarida bunday choyxonalar juda ham salobatli tus oladi va bu erga ko'plab dam oluvchi sayyohlarni ovqatlanish maqsadida o'ziga jalb etadi. Ammo zamonaviy arzon restoranlarning kamligi xorijdan tashrif buyuradiganlar uchun yo'l berk ekanligidan dalolat beradi. Vaholanki, O'zbekistonda milliy taomlarga bo'lgan talab orqali valyuta ishlash imkoni yuqoridir. Lekin bu masalaga chuqur yondashmaslik, vatan ishqini bilan yonmaslik, tadbirkorlikning bu sohasiga beparvolik jamiyat a'zolari uchun qimmatga tushmoqda.

O'zbekistonga asosan chet ellik sayohlar tashrif buyuradi. Ular uchun ko'p hollarda etarli servis bilan ta'minlanmaganlik holatlari tez - tez uchrab turadi. Haqiqatdan ham, sayyohlik mamlakat iqtisodiyotiga valyuta tushumlari bilan o'zining salmoqli hissasini qo'shishi mumkin. Bizning fikrimizcha, restoranlardan unumli foydalanish uchun ulardagi narxlarni qayta ko'rib chiqish, uni jahon andozalaridan o'rnak olgan holda tashkil qilishimiz kerak. Bundan tashqari, O'zbekistonning sayohatga jalb qiladigan shaharlarida kichik oshxonalar, hatto 10-15 kishi uchun mo'ljallangan choyxonalardan foydalanish ham maqsadga muvofiqdir. Bu erda, birinchi navbatda, yuqori sifatli xizmatni yo'lga qo'yish va uning o'lchamlarini jahon andozalari darajasiga etkazib, aniq maqsadli bozor uchun intilish hozirgi kunning muhim belgisidir. Chet ellik sayyohlarni an'anaviy bo'lib qolgan milliy taomlardan tashqari yanada yangi taomlarni tayyorlash, o'zlashtirish va shu orqali uning xizmat turini kengaytirish zarurdir. Xalqaro turistlarni ovqatlantirishga bo'lgan talabni o'rganishda u yoki bu xalqning urf - odati, samimiyligi, turmush tarzi, mehmondo'stligi va yana boshqa ko'plab omillar ham muhim rol o'ynaydi. O'zbekiston diyoriga birinchi marta kelgan sayyohlar qanday yo'nalish bo'yicha bo'lmasin, o'zbek halqining mehmondo'stligi tufayli yana bir bor bu diyorga tashrif buyurishni orzu qilgan ekan. Ammo turizm bilan bog'liq

servis xizmati ko'rsatish borasida g'alati holatlarga duch kelishlarini bayon qilganlar.

Shuni qayd qilish kerakki, sayyohlarning 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 har doim ham samarali foydalanilmaydi. Hozirgi paytda restoran xo'jaligining rivojlanishi uchun mavjud imkoniyatlarni to'liq ishga solish juda o'rinlidir. Yer yuzi bo'ylab safarga o'tlanayotgan 720 mln.ga yaqin sayyohlarning juda ham ozchilik qismi O'zbekiston, umuman Markaziy Osiyo davlatlari haqida kam tasavvurga ega. Mamlakatlarning oddiy fuqarolari u yoqda tursin, hatto mamlakatimizga tashrif buyurayotgan ko'plab mashhur davlat, jamoat, adabiyot va san'at namoyondalari ham O'zbekistonni asta-sekin kashf eta boshlashdi.

2.3. Restoranlarga qo'yiladigan sanitariya talablari

Har 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 holatlarda korxona egalari ogohlantirilib, ahvolni tuzatish uchun ma'lum muddat beriladi. Muddat tugagandan so'ng kamchiliklar tuzatilmasa, restoran yopib qo'yish talab etiladi. Bunday holatlarda hokimiyat tomonidan ham kamchiliklarni yo'qotish uchun harakat qilinadi. 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: "Har qanday xodim ushbu xonadan chiqayotib qo'lini yuvishi shart". Bunday e'lon mavjud emasligi sanitar talablarga rioya qilmaganligi hisoblanadi, ushbu kamchilik uchun restoran yopilmasa ham bo'ladi.

Inson uchun eng xavflisi – isitib beriladigan taomlarda bo'ladi. Ba'zi bir mikroblar ma'lum haroratda "qayta tirilib" insonga xavf sola boshlaydilar. Ba'zi bir baliq turlari noto'g'ri tozalanishi natijasida ularning

tarkibidagi botulin kabilarning qolib ketishi inson hayotiga raxna solishi mumkin⁶.

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

Xulosa

Hozirda restoran menejmenti juda kam o'rganilgan sohadir. Restoran xo'jaliklari insonlarning ovqatlanish ehtiyojlarini qarshilaydigan muassasa bo'lgani uchun ushbu tarmoqqa katta e'tibor berish lozim. Hozirda Respublikamizda turistik restoranlar sanoqli darajada bo'lsa ham ularning sifat darajasini yuqori deb bo'lmaydi. Turistlarning ovqatlanishlari uchun faqat restoranlardan emas, milliy choyxonalardan ham foydalantirish mumkin. Chunki turistlarning ovqatlanish davomida milliy taomlarimiz bilan ham tanishishlariga imkon bo'ladi. Agar turistik restoranlar ko'proq qurilsa chet el taomlari bilan birga milliy taomlarimizni ham turistlarga taqdim qilsak, ularga milliy ovqatlarimizni ham 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. Restoranlarda qanday servis turlari ko'rsatiladi?
3. Qanday qilib milliy choyxonalarni turistlarga tanishtirish mumkin?
4. Kafe va barlarda qanday xizmatlar taqdim qilinadi?

⁶ Оробейка У.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания : Рестораны и бары: Учеб.пос.- М.: Альфа. 2006. 112 с.

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. Restoranlarda qanday servis turlari mavjud?
9. Turistlarga xizmat ko'rsatishda ovqatlanish korxonalarining ro'li qanday?
10. Restoranlarda sanitariya – gigiena qoidalari qanday bo'lishi kerak?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 “Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish haqidagi” qarori.
2. Оробейка У.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания : Рестораны и бары: Учеб.пос.- М.: Альфа. 2006. 302 с.
3. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. Уч. Пособие.- М. Финансы и статистика. Черных Н.Б. 2005 г. 225 с
4. Интернет сайтлари.
www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции

3. Bob. Turizmda mehmonxona xo‘jaligini boshqarish asoslari

- 3.1. Mehmonxona xo‘jaligini boshqarish asoslari
- 3.2. Turistik mehmonxona xo‘jaliklarida boshqaruv jarayonlari
- 3.3. Turizmda mehmonxonalarni boshqarishning tashkiliy tizimlari
- 3.4. Mehmonxona xo‘jaliklarida kadrlarni boshqarish unumdorligi

3.1. Mehmonxona xo‘jaligini boshqarish asoslari

Mehmonxona xo‘jaligini boshqarish deganda, ishni tashkil qilishga ta’sir ko‘rsatadigan shart-sharoitlar va ishlar mavjudligi tushuniladi. Mehmonxona xo‘jaligida faoliyat maqsadlari va vazifalari bevosita bozor tamoyillaridan kelib chiqadi. Ma’lumotlarni sotuvchilar o‘z tur mahsulotlarini imkon boricha ko‘proq foyda beradigan qilib sotishga, xaridor (turist)lar esa bu turmahsulotlarni imkon boricha arzon narxda harid qilishga intiladi. Ularning manfaatlari turistik bozordagi baholar mexanizm orqali muvozanatlashadi. Shu munosabat bilan bozor iqtisodiyotining qanday tamoyillari tadbirlarga xos bo‘lgan hisoblanadi degan savol tug‘iladi. Avvalo mehmonxonani boshqarishda xususiy mustaqillik, ya’ni avtonomiya tamoyili katta rol o‘ynaydi. Iqtisodiyotda hamma tashabbuslar erkin harakat qiladigan iqtisodiy sub’ektlardan kelib chiqadi. Shuning uchun mehmonxona menejeri (tadbirkor) amaldagi qonunlar 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 shug‘ulanish erkinligini nazarda tutadi. Ikkinchidan; boshqa imkoniyatlar ham nazarda tutiladi: shartnomalar tuzish erkinligi, birlashish va boshqa mehmonxonalar bilan raqobat qilish erkinligi bor. Uchinchidan; mehmonxona egasi o‘z mulkidan o‘z xohishiga qarab foydalanish huquqiga ega bo‘ladi. Umumiy faoliyat erkinligi erkin bozor iqtisodiyotining asosiy qoidasidir. Ayni vaqtda mehmonxona menejeri qonun bilan belgilab qo‘yilgan omillarni va boshqa sub’ektlarning xaq - huquqlarni e’tiborga olishi kerak. Zamonaviy mehmonxona xo‘jaligi menejeri jamoat ishlab chiqarishda, boshqaruvchi, diplomat, etakchi, murabbiy, innovator, inson sifatida yuzaga chiqishi lozim⁷.

⁷ Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М. "Академия". 2005 г – с 142

Boshqaruvchi menejer - mehmonxona xo'jaligi menejerining bu funksiyasi amalda unga xos bo'lgan an'anviy funktsiya hisoblanadi. Boshqaruvchilik vazifasini bajarar ekan, menejer hokimiyatga ega shaxs bo'lib qoladi. Hozirgi sharoitda xokimiyat tanho bir kishiga tegishli bo'lmay qolganligi uchun xokimiyatni qo'lda tutuvchi kishidan bugungi kunda ham qat'iyat, ham ma'lum darajada muloyimlik ko'rsatish talab etiladi. Boshqaruvchi menejer halol, o'z so'zida turadigan, yuksak kasb mahoratiga ega, ish yuzasidan muomila qilish ko'nikmalarini o'zlashtirgan, notiq maslahatchi, pedagog va psixolog mahoratiga erishgan bo'lishi kerak. Mehmonxona biznesini boshqarishda bu mahoratlar juda qo'l keladi.

Diplomat menejer - so'nggi o'n besh yilliklar davomida, ayniqsa, keng yoyilgan mehmonxona biznesida menejerlik malaka va ko'nikmalari orasida bularning avvalo muzokaralar olib borish bilan bog'liq turlarni tanlab olib o'tish lozim. Mehmonxona xo'jaligidagi o'rta va oliy bo'g'in menejerlari hozirgi kunda o'zlarining ish vaqtlarini odamlar bilan aloqa bog'lash va bu aloqalarni kengaytirishga, mehmonxona personalni bilan aloqalarni chuqurlashtirishga, shartnomalar, bitimlar tuzish baxslarni hal qilish, turistlar e'tirozlarini hal qilish, hukumat bilan o'rnatiladigan munosabatlarni yo'lga qo'yishga sarflaydilar. Har xil vositachilik ishlarda menejerlarning ishtirok etishi tobora ko'proq zarur bo'lib qoladi. Mana shularning hammasi uchun kishida alohida, ya'ni diplomatlarga xos qobiliyat bo'lishi kerak. Etakchi menejer. Zamonaviy menejer menejerlik ishlaridan tashqari etakchilik ishlarini ham olib boradi. Mehmonxona menejmenti xususidagi Amerika nazariyachilari «har bir mehmonxona xo'jaligi menejeri etakchi bo'lishi kerak», degan shiorni allaqachon o'rtaga tashlashgan. Ularning fikricha, menejerlik vazifasi deganda, ko'pincha biznesning moddiy kenja tizimi, faoliyat (xizmat ishlab chiqarish resurslari, muolajalari, texnologik jarayonlar) quvvatlab borish uchun zarur bo'lgan jami professional harakatlar tushuniladi. Mehmonxona biznesining insonga xos bo'lgan boshqa avlod tizimi, ya'ni boshqarishning asosiy ob'ekti bu o'rinda go'yoki chetda qolib ketgan. Lekin bu vazifani yaxshi uddalash uchun mehmonxona menejeri personalni o'ziga ergashtirib borish qobiliyatiga ega bo'lishi kerak.

Murabbiy menejeri - mehmonxona va umuman ishlab chiqarish jarayonlari murakkablashib borgan sari hodimlarga qo'yiladigan talablar ortadi. Bir tomondan hodimlarning texnologik bilimlarini oshirish ehtiyoji paydo bo'lsa, ikkinchi tomondan ularning hayot faoliyatining ma'naviy tomonlarini kamolotga etkazish zaruriyati tug'iladi. Murakkablashib

borayotgan texnika va texnologiya mutaxassislariga uzluksiz kasb ta'limi berib borish zaruriyatini tug'diradi, bu ishga talaygina mablag'larni sarflaymiz. Mehmonxona biznesida mehmonxona xodimlarining yaxshi tarbiya ko'rganligi, yuksak ma'naviy axloqqa ega ekanligi taraqqiyot cho'qqisiga chiqqan iqtisodiyotning mintaqadan mintaqagacha o'tib borishi uchun hal qiluvchi shart hisoblanadi. Mehmonxona xo'jaligida muvoffaqiyat qozonish mo'ljallanadigan menejerlarni, muomila, odo-axloq va har tomonlama tarbiyalab borish barcha menejerlik ishlarining muhim tomonidir.

Innovator menejment - fan va texnika taraqqiyotiing informatsiya yuksalishi sharoitlarida mehmonxona menejerligi ishining eng muhim tomonlaridan biri innovatsiyalar bo'yicha faoliyat olib borishdir. Shiddat bilan davom etayotgan fan - texnika inqilobi sharoitlarida innovatsiyalar xususida kimki sustkashlik qiladigan bo'lsa, u tez orada orqada qolib ketadi. Innovatsiyalarning zarurligini tushuntirish juda oson. Mehmonxonalarda eskirib qolgan asbob-uskunalarni jihozlash, yangilarini joriy etish, mablag' tejab qolishdan ko'ra yangi texnika va texnologiya bazasida mehnat unumdorligi va mahsulot sifatini ko'tarish ancha oson bo'ladi.

3.2.Turistik mehmonxona xo'jaliklarida boshqaruv jarayonlari

Mehmonxona xo'jaligida boshqaruv jarayoni 4 ta vazifani bajaradi. Bular: rejalashtirish, tashkil etish, motivatsiya va nazoratdir. Bu vazifalar moddiy boylik yaratish, mablag' bilan ta'minlash, marketing va boshqalarga doir boshqaruv faoliyatining barcha turlarini o'z ichiga oladi⁸.

Rejalashtirish vazifasi mohiyati 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 qaratilgan. Bu, avvalo, menejerning o'z imkoniyatlariga baho berishi, o'ziga bo'ysunadigan xodimlarni o'rganib chiqish, har bir xodimning salohiyati, nimalarga qodirligini aniqlab olishga qaratilgan

⁸ Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М. "Академия". 2005 г – с 158

bo'lishi lozim. Mana shu tashkilotchilik faoliyati boshidan oxirigacha mehmonxonaning juda aniq strukturalari doirasida o'tadi.

Motivatsiya - tayyorgarlik choralari ko'rib bo'lgandan keyin menejer ishini muvaffaqiyatli suratda bajarilishini ta'minlash kerak. SHu maqsadda rag'batlantirishdan, ya'ni tashqi omillar (moddiy va ma'naviy rag'batlantirish) yordamida xodimni jo'shqin faoliyatga undash, hamda asl motivatsiya, ya'ni personalda mehnatga ichki (psixologik) rag'batlar hosil qilishdan foydalaniladi. Bu o'rinda mehnatdan manfaatdorlik, mehnat faoliyatiga ehtiyoj sezish, mehnat faoliyatidan qanoat tuyg'usini his qilish muhimdir. Mana shu boshqaruv vazifasini muvoffaqiyatli bajarish uchun menejer muloqot olib borishi, aloqalar bog'lashining turli jihatlarini 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 mehmonxonasi istiqbolini ta'minlab berishni istasa, boshqaruv ishining hamma tafsilotlariga jiddiy kirishmog'i kerak. Ishni avvalo rejalashtirishdan boshlash lozim. Har xil kasb egasi, har bir professional menejer o'z ishini rejalashtiradi.

Nazorat haqiqatdan erishilgan natijalarni tekshirib chiqish va topshirilgan vazifalar bilan solishtirib ko'rishdir. Aloqa yaxshi yo'lga qo'yilgan taqdirda, ya'ni tegishlicha nazorat olib boriladigan mahalda tashqiliy jihatdan oldinga qo'yilgan maqsadlarga erishish mumkin. Samarali nazorat maslahat, o'z vaqtida ko'rsatilgan yo'l-yo'riq, rag'batlantirish, bu ma'qullashtirish va hokazodir. Nazorat personal tomonidan yo'l qo'yilgan kamchiliklar uchun undan o'ch olish yoki jazolash emas, balki tarbiyalash, yo'l-yo'riq ko'rsatishdir.

Mehmonxona xo'jaligi boshqaruvining asosiy vazifalari menejerning qaror qabul qilishiga doir hatti - harakatlar bilan chambarchas bog'liq. "Samarali qonunlar, deb ta'kidlaydi mehmonxona menejmenti xususida Amerikalik nazariyotchi K.Killen mehmonxonaning gullab - yashnashi uchun garovdir". Bunday qarorlar boshqaruvning yuqorida aytib o'tilgan vazifalardan har birining muhim elementidir.

Qaror qabul qilish mehmonxona boshqaruviga doir qo'llanmalarda ko'rsatilganidek, qaror qabul 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 qabul qilish menejerning fikri-yu - zikrini doim band qilib turadigan tashvishdir. Menejer turli masalalar yuzasidan tashkiliy, hodimlarga oid, texnologik, ta'minot masalalari va shunchaki ro'zg'or masalalari yuzasidan qarorlar qabul qiladi. Ba'zi hollarda 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 har qanday qaror samarali bo'lsagina, o'rinli deb hisoblanadi. Mehmonxona boshqaruviga oid qaror qabul qilish ishi juda aniq tamoyillarning talablariga muvofiq amalga oshiriladi.

3.3. Turizmda mehmonxonalarni boshqarishning tashkiliy tizimlari

Mehmonxona industriyasi iqtisodiy faoliyat sifatida mehmonxona xizmatlari va chetdan kelganlar uchun vaqtinchalik mehmonxonada, 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 BTT (Butuhjahon turistik tashkiloti) ekspertlari tomonidan ishlab chiqilgan turistlarni muassasalarga joylashtirishning standart klassifikatsiyasi qabul qilingan. O'zbekiston Respublikasi hukumati 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 har bir davlatda mustaqil o'rnatilgan eng kam xonalar sonidan kam bo'lishi kerak emas. Bunday korxonalarda barcha xonalar yagona boshqaruvga bo'ysinib xizmat ko'rsatish va jihozlarga asoslangan holda klass va kategoriyalarga jamlanadi. Turistlarni jamoa bo'lib joylanish muassasalariga quyidagilar kiradi: mehmonxonalar va shunga o'xshash joylanish muassasalari va maxsuslashtirilgan muassasalar hamda boshqa tashkilotlar.

Mehmonxona – bu jamoa joylanish muassasasi, aniq nomerlar soni mavjud bo'lib, yagona boshqaruvga ega bo'lgan xizmatlar yig'indisini taklif qiluvchi, o'rin choyshablarini almashtirishi, sanuzel va xonani yig'ishtirish, kategoriya va klassiga qarab xizmatlar ko'rsatish va jihozlangan nomerlardan iborat. Mehmonxonalar quyidagi belgilarga ega:

- ma'lum sonli nomerlardan iborat, yagona boshqaruvga egadir;
- har kuni o'rin choyshablarini almashtirishi, sanuzel va xonalarni yig'ishtirish bilan chegaralanmasdan turli xil mehmonxona xizmatlarini ko'rsatadi;
- davlat standartlariga mos jihozlangan va xizmatlar taklifiga monand kategoriya va sinflarga guruhlangan;

- maxsuslashtirilgan muassasalar kategoriyasiga xos emas.

Mehmonxonalar katta-kichikligi, yotoq oʻrinlari soni va xonalar soniga qarab farqlanadilar. Mehmonxonaga oʻxshash muassasalarga pansionatlar, turistik umumiy yashash uylari va boshqa joylanish muassasalari kiradi, yaʼni nomerlardan iborat va oʻrin choʻyshablarini almashtirishdan tashqari xizmatlar cheklangan. Maxsuslashtirilgan muassasalar xizmat koʻrsatish bilan bir qatorda boshqa maxsus funktsiyalarni bajaradi. Bunday muassasalarga sogʻlomlashtirish, dam olish va mehnat lagerlari, kongress markazlari va boshqalar kiradi. Boshqa jamoa joylanish muassasalari doimiy oʻrin choʻyshablarini almashtirish va xona yigʻishtirish xizmatlaridan tashqari mehmonxona xizmatlari cheklangan holda xizmat koʻrsatadi. Ular nomer koʻrinishida boʻlmasligi mumkin, balki uy-joyga oʻxshash turar joy, kemping uchun maydon yoki jamoa yotoqxonasidan iborat boʻlishi mumkin.

Mehmonxonani boshqarishdagi tashkiliy tizim dunyo mehmonxona industriyasida 1950 yillardan boshlab mehmonxona ishini tashkil qilishning bir nechta modelini oʻz ichiga olgan. Birinchi model – Rits modeli Shvetsariyalik tadbirkori Sezar Rits nomi bilan bogʻliq. Bu mehmonxonalarda asosiy eʼtibor evropacha did-farosat va aristokratchilikka qaratilgan. Jahondagi koʻpgina nufuzli otellar uning nomini olgan. Masalan Parijdagi «Rits» oteli. Ikkinchi modeli amerikalik tadbirkor Kemansi Uilson nomi bilan bogʻlangan («Xolidey Inn» mehmonxonalar zanjiri). Ushbu modelda mehmonxonalarga xizmat koʻrsatish va ularni talablarini qondirish juda katta chaqqonlikni va yuqori darajadagi xizmat standartlarini ushlab turishga yoʻnaltirilgan. Eng asosiy eʼtibor mehmonxona dizayniga qaratiladi. Bu model asosida tashkil etilgan mehmonxona tizimining asosiy talablari quyidagicha⁹:

- uslubning yagonaligi (arxitektura, dizayn);
- keng va funktsional xoll, mijozlarni qayd qilish tezligi;
- nomerni doimiy mijozlar uchun xozirligi;
- nonushta «shved stoli»;
- konferents-xollni tayyorlash;
- taʼrif tizimining oʻzgaruvchanligi;

⁹ Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М. "Академия". 2005 г – с 178

- marketing va kommunikatsiya xizmatining yagona boshqariluvi.

Ikkinchi model asosida qurilgan mehmonxonalar zanjiri nazorati dunyodagi 50 foizdan ortiq mehmonxona nomerlarida mavjud. Uchinchi model – «ixtiyoriy mehmonxona tizimi» tipidagi Best Veston, Romantik Xotel. Bunday holatda mehmonxonalarni yagona bir savdo markasi birlashtiradi, ular umumiy fondga to'lov to'lashadi, marketing va reklama faoliyatiga birgalikda xarajat qilishadi. Bunda ularning moliyaviy-iqtisodiy va boshqaruv mustaqilligi butunlay saqlanib qoladi. Bu tizimning mohiyati yagona birlashgan shartnoma asosidagi assotsiatsiyasidir. Ikkinchi model bilan uchinchi modelning birlashgani bo'lishi mumkin. Bunga masalan «Akkor» mehmonxona tizimi misol bo'la oladi. Bu Evropadagi eng katta mehmonxona zanjirini tashkil etadi. U turli sinfdagi mehmonxonalarni taqdim etib bozorda har xil markalar bilan chiqadi. Masalan «Pulman», «Sofitel», «Novotel» – bu oliy sinfdagi mehmonxonalardir. «Altea/Merkur» – o'rta sinfdagi mehmonxona. Zanjirga kirishda mehmonxona uning mulkiga aylanishi juda shart emas. Bunday sharoitda yirik mehmonxonalar zanjiri bilan tuzilgan shartnomaga asosan (franshizotolini) va ushbu zanjirga mustaqil kirgan mehmonxonaga tijoriy maqsadlar uchun zanjirning firma belgisidan foydalanish huquqi, texnik va tijorat ma'lumotlari, bronlash sistemasining ma'lumotlari, texnik yordam, xodimlarni o'qitish huquqi va boshqalar beriladi. Franshiz korxona bular uchun shartnomada ko'rsatilgan badallarni to'laydilar. Dunyoda mehmonxona industriyasining rivojlanishi mehmonxonalarning ko'payishi va ularning ixtisoslashtirish yo'li bilan bormoqda. Bunda cheklanmagan va cheklangan xizmatlar ko'rsatadigan an'anaviy mehmonxonalar, ixtisoslashtirilgan (kongress markazlar, kurort tipidagi otellar, golf otel va boshqalar) mehmonxonalar taqdim etilmoqda. Quyidagi jadvalda jahondagi asosiy o'nta mehmonxonalar zanjiri keltirilgan.

Asosiy oʻnta xalqaro mehmonxonalar zanjiri

Bosh xolding nomi	Shtab-kvartirasi joylashgan mamlakat	Nomerlar soni
«Hospitality Franchise System Blanstone Part.»	AQSH	490000
«Holiday Inn World Wide»	Angliya	386323
«Best Western International»	AQSH	295305
«Accor»	Frantsiya	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; Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: 2009 г.

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

Mehmonxona nomerlar fondi xizmati doimo joriy ta'mirlash xizmati bilan aloqada bo'ladi, chunki mehmonxonada na faqat xonalarni va undagi jihozlarni joriy ta'mirdan chiqarish balki butun mehmonxonani ham o'z

ichiga oladi. Turistik majmualarning ishlash tizimi va asosiy negizi shulardan iborat.

3.4. Mehmonxona xo‘jaliklarida kadrlarni boshqarish unumdorligi

Uncha uzoq bo‘lmagan davr mobaynida mehmonxona xo‘jaliklarida xodimlarning boshqarilishi yoki xodimlarning vazifalari xizmat kasbining so‘ngisi hisoblanardi. Bu xizmat doirasi ba’zida har xil sabablarga ko‘ra, o‘z kasbini boshqa bo‘limlarda bajara olmagan ishchilar bilan to‘ldirilardi. Xodimlarni boshqarish departamenti esa mijozlarga xizmat ko‘rsatish operatsiyalarida bevosita qatnasha olmagan amaldorlar uchun boshpana sifatida qaralar edi. Lekin, bu qarashlar yildan yilga kuchayib borayotgan raqobat muhitida albatta o‘zgardi. Masalan, 90-chi yillarning boshiga kelib yirik mehmonxona tarmoqlarini boshqarish sifatiga va boshqa operatsion vazifalarga bo‘lgan talab kuchaya boshladi, shuning uchun xodimlarni boshqarish xizmatida yanada xabardor bo‘lishi, tezda harakat qilish, ma’lumotli bo‘lishi hamda uning xizmat bo‘yicha hamkasblari ham boshqa bo‘limlarning vazifalari qatoridan o‘rin oldi. Mehmonxona xo‘jaligida xodimlarni boshqarish bo‘yicha zamonaviy deportament 4 ta asosiy funktsional sohada harakatga 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 bog‘liqdir. Chet eldagi tashkilotning 200 nafar ishchisiga xodimlarni boshqarish xizmatining bir nafar ishchisi to‘g‘ri keladi. Mehmonxona biznesidagi qoidadan kelib chiqqan holda, agarda mehmonxonadagi bitta nomerga bitta ishchi to‘g‘ri kelsa, 600 kishilik nomerli bo‘lgan mehmonxonadagi xodimlarni boshqarish deportamentida uch nafar ishchi ishlashi kerak. Xodimlarni boshqarish bo‘yicha deportament faoliyatiga quyidagi vazifalarni bajarish kiradi¹⁰:

- xodimlarni tanlash va yollash;
- xodimlarni tayyorlash va qayta tayyorlash;
- mehnat munosabatlarini tartibga solish;
- kadrlarni rejalashtirish;
- ish haqi va mehnat sharoitlari;

¹⁰ Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М. "Академия". 2005 г – с 197

Mehmonxona menejmentida ushbu vazifalar ikki yoki undan ortiq departament ishchilari orasida taqsimlanadi. Bular xodimlar bo'yicha tayyorlov, ishga yollash, mehnat munosabatlari va ish haqi bo'yicha mutaxassislar bo'lishi mumkin. Departamentda mehnatni tashkil etish va har bir kadr bo'yicha mutaxassisning mavqeyi, xodimlarning majburiyatlari, uning mansabi turli xildagi mehmonxona 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 holatda ular orasidagi o'zaro munosabatlar funktsional 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.

Mehmonxona 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 bog'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;

Mehmonxona menejmentida ishlash tajribasiga ega bo'lgan zarurlik va yuqori darajali ishchi kuchining qo'nimsizligi (bir joydan ikkinchi joyga ko'chishi) kadrlarni samarali rejalashtirilishini oldindan belgilab qo'yish muhimligini bildiradi. Oxirgi yillarda kadrlarni rejalashtirish korxonani boshqarish jarayoni kabi muhim ish bo'lib qoldi, shuning uchun uni ham strategik rejalashtirishning tashkiliy qismi sifatida qaralishi lozim. Kadrlarni rejalashtirish faoliyatining umumiy rivojlanishiga bog'liqligi sababli tashqi omillarning o'zgarishini ham hisobga olish lozim, misol uchun, demografik o'zgarishlar, ta'lim berish jarayoni va raqobatbardoshlik darajalarining o'zgarishi hamda davlatning iqtisodiyotga aralashish darajasi va texnologik rivojlanishlar va hokazo. Kadrlarlarni rejalashtirish jarayoni 4 ta asosiy bosqichdan iborat bo'lib, u erda asosiy bo'lib talab bilan taklifning bir - biriga to'g'ri kelishidir¹¹.

- ishda qatnashuvchi xodimlarning tahlili;

¹¹ Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. - М. 2005. 127с

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

- 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 hisoblash tizimi, hamda shtat jadvali va kadrlarning qo'nimsizligi haqida ma'lumotlarga ega bo'lishi kerak. Shu bilan bir qatorda xodimlarning ish tajribasi, uning mohirlik va malaka darajasi, chet tillarini bilish va boshqa ma'lumotlar ham muhim hisoblanadi. Kadrlarni samarali rejalashtirilishi ko'p foyda keltiradi va quyidagilarni ta'minlaydi:

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

- strategik vazifa va har kungi operatsion darajada rejalashtirish uchun kadrlarga bo'lgan talab haqida ma'lumotlar;

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

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

Kadrlarni rejalashtirish - mehmonxona menejmenti uchun juda muhim va murakkab tadbir, chunki u tashqi muhit o'zgarishiga hamda iste'molchilarning didlari o'zgarishlariga juda ta'sirchandir. Inson resurslarini boshqarish funksiyasining ko'zga ko'rinib turadigan qismlaridan biri, albatta uning ishchilari orasidagi munosabatlardir, yanada muhim qismi esa, xodimlarni tanlash bilan bog'liq bo'lgan masalalardir. Odatda yollash kompaniyaning har xil xizmatlari uchun tajribali ishchilarga ega bo'lish jarayonidan iborat. Bundan kelib chiqqan holda, yollash (recruitment) o'z ichiga kadrlar bo'yicha kompaniyaning qismlarga ajralishining zarurligi, potentsial nomzodlarni tanlash, ularning ichidan mos keluvchi nomzodlarni tanlash kabilarni o'rganadi. Tanlov jarayoni bir necha bosqichlardan iborat bo'ladi. Ularning - bu taklif qilinayotgan ishni tahlil qilinishi, u taklif qilayotgan ishga bo'lgan barcha talablarni tasvirlab berish lozim, ya'ni uning aniq masalalari va funktsional vazifalari (ishlab chiqilayotgan mahsulotlarning minimal - maksimal yoki bo'lmas o'rtacha miqdorini, nomerlarni tozalash va boshqalar birlik vaqt mobaynida), o'rin va tashkilotning tarkibiy tuzilishidagi mansab bilan bog'liq cheklashlar (misol uchun yuqori boshqaruv bilan kelishuvsiz aniqlangan mahsulotni sotib olish summasiga nisbatan ko'proq summaga bo'lgan huquqlarga cheklashlar yoki chekning olinishiga cheklashlar, ya'ni joylashtirish xizmati boshlig'i bilan kelishilmagan oldindan belgilangan summadan oshsa), tashkilotning boshqa bo'limlari bilan funktsional aloqasi va boshqalar. Taklif qilingan ishni tasvirlash jarayonining davomi bo'lib,

kadrlarning tasniflanishi hamda ma'lum bir ishni bajarish uchun ishchilardan talab qilinadigan omil va sifatlarning batafsil topshirilishi kiradi, misol uchun tashqi ma'lumotlar, serg'ayratlik va harakatchanlik, malaka va ko'nikmalar, hamda aynan o'xshash ishni bajarish tajribasi va boshqalar. Ba'zida u yoki bu ishni bajarilishi murakkab, hattoki ekstremal sharoitlarda bajariladi va ishning aniq bajarilishi uchun ma'lum ma'noda qiyinchiliklar vujudga keladi. Mehmonxona 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 hamda tashkilotning ma'naviy muhiti, xodimlarning ishlashga bo'lgan xohishi va bularga mos ravishda mijozlar talablarining qoniqish darajasiga ta'sir etadi.

Xulosa

Turizmning asosiy negizi bo'lgan mehmonxona xo'jaligini respublikamizda rivojlantirish juda muhim ahamiyatga egadir. Chunki turistlarning asosiy talabini mehmonxonalar qondiradi. Respublikamizda ushbu xo'jalikni rivojlantirishga katta e'tibor berilmoqda. Ko'pincha chet el sarmoyasi hisobiga yangi mehmonxonalar qurilmoqda, mavjudlari esa qaytadan ta'mirlanmoqda. Shunday bo'lsa ham ko'pchilik mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish darajasi pastroq, narxlar yuqori, turistlarning dam olishlari uchun sharoitlar kam. Shuning uchun davlat tasarrufidagi mehmonxonalar aksionerlik jamiyatlariga aylantirilsa bizningcha maqsadga muvofiq bo'lardi. Chunki mehmonxonalarga menejer-kadrlarni tanlashda va turistlarni o'zlariga jalb qilishda ko'proq narsalarga e'tibor qaratgan bo'lardilar. Hozirda mamlakatimizga tashrif buyurayotgan turistlar soni yildan yilga oshmoqda. Bu yanada mehmonxona xo'jaligiga bo'lgan ehtiyojni ko'paytiradi.

Nazorat savollari

1. Mehmonxona nima?
2. Mehmonxona turlari nechtaga bo'linadi?
3. Motel va kempinglar qanday vazifani bajaradi?
4. Mehmonxonalarda menejerlarning vazifalari nimalardan iborat?
5. Motivatsiya nima?
6. Mehmonxonalarning boshqaruv strukturasi qanday tuziladi?
7. Mehmonxonalarda rejalashtirish bosqichlariga nimalar kiradi?

8. Mehmonxonalarda nazorat nima?
9. Zamonaviy mehmonxona xo‘jaligi menejeri qanday bo‘lishi kerak?
10. Mehmonxonalarda menejerlarning vazifalari nimalardan iborat?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 “Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish haqidagi” qarori.
2. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: - М. ”Академия”. 2005 г – с 178
3. Гостиничное и ресторанное дело, туризм: Сборник нормотивных документов. М. 2004 год.
4. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. - М. Финансы и статистика. 2005г.- 127с
5. Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2006 г. 144 с.
6. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003- 46p
7. Интернет сайтлари.
www.interunion.ru – туристские ассоциации
www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

4.Bob. Turizmni rivojlantirishda transportning ahamiyati

4.1.Turistlarga transport xizmati ko'rsatish asoslari

4.2.Turistlarga xizmat ko'rsatishda transport samaradorligini aniqlash

4.1.Turistlarga transport xizmati ko'rsatish asoslari

Hozirgi vaqtga kelib turizm xalq 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 pog'onaga ko'tarishda muhim ahamiyatga ega. Xususan, O'zbekistonda ham turizmni rivojlantirishga katta ahamiyat berilmoqda Turistlarga transport xizmatini ko'rsatish turizm industriyasining eng asosiy qismlaridan biri hisoblanadi. 1990 yillargacha ichki, halqaro turizmga xizmat qiluvchi avtomobil, daryo, dengiz, temir yo'l va aviatsiya transportini o'z ichiga oluvchi yagona transport tizimi mavjud edi. Barcha turistik xizmatlar tuzilishidagi transport xizmati hissasining 40% dan ortiq qismini tashkil qilar edi. Transport sayohatlari turizmning mustaqil ko'rinishi sifatida qaraladi.

Transport sayohati turli xil transport vositalaridan foydalanib, ishlab chiqilgan yo'nalishlar bo'yicha turistlar guruhlarining sayohatidir. Transport sayohatlari quyidagicha tasniflanadi, ya'ni: harakatlanish yo'nalish (marshrut)i, foydalanilayotgan transport turi, yo'nalish trassasining qurilishi, Sayohatning muddati, mavsumiylik va boshqalar bo'yicha.

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

Mobil transporti turi sifatida avtobus va engil avtomobildan mustaqil yo'nalishlardagi kabi turistlarni aeroport (vokzal) dan mehmonxonaga yoki aksincha olib borib quyishda keng foydalaniladi. Har qanday turist o'z sayohatini rejalashtirayotganda manzilga etib olish (etkazish) tezligi, sayohat qulayligi (komforti), qiymati, yuklarini olib borish (ularning og'irligini hisobga olgan holda) imkoniyati; to'xtash joylari, ovqatlanish sharoitlari, shovqin darajasi, vibratsiya, dam olish va (tunash) uxlash jarayonlari, ekologik va albatta xavfsizlik kabi omillarni hisobga oladi. Ijobiy omillar qancha ko'p bo'lsa, shunchalik transport sayohatining obro'si oshadi.

Havo transportida sayohat ham charter, ham reysli samolyotlar vositasida amalga oshiriladi. Hozirgi vaqtda havo transportidan foydalanishda 400 dan ortiq aviakompaniyalar faoliyat olib bormoqda. O'zbekistonlik sayyohlar TU-134, IL-62, «Boing», AN-24, AN-16 samolyotlaridan foydalanadilar. Turizm rivojlangan davlatlarda turistik maqsadlarda vertolyotlardan va boshqa havo transporti vositalaridan: dirijabl, havo sharlari, paraplanlar, deltaplanlar va hokazolardan foydalaniladi. Samolyotdagi komfort sharoitlar, ovqatlanish va boshqa omillariga ko'ra joylar quyidagi sinflarga bo'linadi: birinchi sinf (F), biznes sinf, iqtisodiy sinf (U), boshqalar.

Turistik maqsadda havo yo'llari orqali amalga oshiriladigan sayyohatlar muntazam, mavsumiy va bir martalik ko'rinishlarda amalga oshiriladi. Milliy yoki alohida aviakompaniyalarda turli xil ko'rinishdagi imtiyozlar joriy etilgan: ya'ni mavsumiy, korporativ, bolali yo'lovchilar, guruhlar, yosh oilalar va boshqalar uchun.

Ayniqsa, JAYA (Jahon Aviatsiya yo'lovchilar assotsiatsiyasi), ETZ (Evropa turizm zanjiri) ning imtiyozli kartalari keng tarqalgan. Bunday kartalarga ega yo'lovchilar uchun ba'zi aviakompaniyalarning (DELTA, SAS) aviachiptalari uchun, dunyoning 4000 eng yaxshi mehmonxonalari to'lovi uchun, ijaraga olingan avtomobil to'lovi bo'yicha, (30% gacha), yo'qolgan chipta xujjatlarini qayta tiklash bo'yicha, aeroportlarda VIP xonalarida foydalanish, sug'urta va boshqa imtiyozlar mavjud.

Suv yo'li bo'yicha turistlarning sayohati 250, 300 va 400 yo'lovchiga mo'ljallangan yuqori 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 qulay yumshoq mebel, konditsionerlar, muzlatgichlar, minibarlar, restoran - barlar, sauna, musiqali salonlar, video-kinozallar mavjud bo'ladi. Suvdagi turistik sayohatlar va ekskursiyalar teploxodlardan tashqari daryo «tramvay» lari, yaxta, suv osti qayiqlari, elkanlar, katamaran, qayiq, baydarka va boshqalarda amalga oshiriladi.

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

4.2. Turistlarga xizmat ko'rsatishda transport samaradorligini aniqlash

Transport vositalari turistik kompaniyalarning o'z mulki bo'lmagan, balki ulardan farqli ijara, lizing va hakazo asosida foydalaniladi. Ommaviy turistik transport sifatida asosan avtobusdan foydalaniladi. Yuqori komfortabelli turistik avtobuslar, shuningdek, uzoq marshrutlarda ham foydalaniladi (Toshkent-Moskva-Minsk-Varshava, Berlin-Parij). Bunday yo'nalishlarda turistlar uchun tungi dam olish otel yoki motellarda tashkil etiladi¹².

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

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

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

v_t - tekislik tezlik, km/ch;

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

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

Zarur ma'lumotlarni bilgan holda soatlik, sutkalik, oylik va yillik unumdorlikni hisoblash mumkin.

Ichki marshrutlarda turistik sayohatlarni 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 hisob-kitob tartibi; haydovchi va ekskursavod bilan o'zaro munosabati; shartnomani amalga oshirishda tomonlarning javobgarligi, shu jumladan fors - major shartlari belgilab qo'yiladi. Marshrut pasporti yoki transport, turistik marshrutning qartochkasi yuqoridagi shartnomaning ajralmas muhim qismi hisoblanadi. Uzoq muddatli sayohatlar uchun yumshoq o'rindiqli, boshqariladigan kresloli, past shovqin va vibratsiya darajasi, iloji boricha ekonomik toza yoqilg'i va

¹² Улицкого М.П. Оценка стоимости транспортных средств: Учебник. метод. Пособие – М.: Финансы и статистика, 2005. 132 с.

boshqalarga ega bo'lgan yuqori komfortabelli avtobuslardan foydalanish kerak, shuningdek yana garderob, hojatxona, bar, xolodilnik, oshxona va hokazolarga ega bo'lishi kerak. Avtobus mikroiklimiga talablar Davlat andozasi, sanitariya-gigienik me'yorlar va halqaro standartlarga muvofiq qo'yiladi. Infratovush darajasi samoning istalgan nuqtasida 96 DB dan oshmasligi lozim. Avtobus o'rindiqlari orasidagi masofa 80-85 sm bo'lishi lozim.

Avtobus yon oynalari 2 qavatli, determal qoplamali, tashqi muhit bilan salonning issiqlik almashuvini kamaytiruvchi bo'lishi kerak. Bulardan tashqari, avtobus salonlarida individual yorug'lik, termosda chuchuk suv saqlash, hojatxona, yuvinish xonasi, garderob 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 guruhlar uchun "VOLVA", "IKARUS", "TAM", "MERSEDES" va boshqa avtobuslarda xizmat ko'rsatiladi.

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

2-jadval

Transport vositalari turlari						
Baholash mezonlari	daryo	dengi zda	temir yo'l vagon- lari	Avtobus- lar	engil avtom obillar	samol yot
1. Harakat xavfsizligi	7	5	6	4	5	7
2. Ekologik xavfsizlik	6	6	9	8	2	1
3. Tashish narxi	1	1	1	8	10	5
4. Eksploatatsion tezlik	2	1	1	8	10	1
5. Tezlik darajasi	8	10	5	3	2	5
6. O'z xohishi bilan yo'l yo'lakay to'xtash	7	10	6	4	1	7

imkoniyati.						
7. Yo‘l harakatida xavfsizlikni ta’minlash.	6	6	7	7	6	8
8. Joylashtirish	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; Улицкого М.П. Оценка стоимости транспортных средств. 2007г.

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

1973 yil 1 martda Jeneva Konvensiyasi doirasida «Yo‘lovchi va yuklarni avtomobilda olib o‘tish shartnomasi to‘g‘risidagi Konvensiya» qabul qilingan. Turistik sayohat davomida foydalanilayotgan avtobus haydovchisi 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 shohobchasi, dam olish, ovqatlanish, tibbiy xizmat ko‘rsatishni tashkil etish;
- marshrut trassasida aloqani tashkil etish va h.k.

Yukchilik yoki sug‘urta kompaniyasi, sug‘urta javobgarligi shartnomasi yoki qonunchiligida (nazarda tutilgan) belgilab qo‘yilgan miqdorda, yo‘lovchining sog‘lig‘iga zarar etkazganligi uchun; yukka zarar etishi yoki manzilga etkazilmaganligi uchun; yukning yo‘qolganligi uchun va boshqalar bo‘yicha javobgarlikni o‘z zimmasiga oladi.

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

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

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

- rodtel - g'ildirakdagi yo'l o'teli (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 mehmonxona. Motelda turistlar uchun quyidagi sharoitlar yaratilgan bo'lishi kerak: barcha qulayliklarga ega paket, texnik xizmat ko'rsatish shahobchasi, avtomobil remonti va yoqilg'i quyish shahobchasi va h.k.

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

Xulosa

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

Nazorat savollari

1. Turizmida transport sayohati nima?
2. Transport sayohatlari qanday tasniflanadi?
3. Turizmida keng tarqalgan transport turlari?

4. Turistik aviatsiya sayohatlari qanday 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. Turizmда rodtel nima?
9. Turistik avtobuslarda infratovush darajasi qanday bo‘lishi kerak?
10. Avtobus o‘rindiqlari orasidagi masofa necha sm bo‘lishi lozim?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 “Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish haqidagi” qarori.
2. Улицкого М.П. Оценка стоимости транспортных средств: Учебник. метод. Пособие – М.: Финансы и статистика, 2005. 304 с.
3. Жукова. М.Ж., Менеджемент в туристском бизнесе. Учебная пособие. –М. Финансы и статистика, 2005 -288стр.
4. Дехтярь Г. Лицензирование и сертификация в туризме. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003 г. 286 с.
5. Боголюбов В.С и др. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: «Академия», 2005 г. 192 с
6. Интернет сайтлари.
www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции

5. Bob. Turistik yo‘nalishlarni shakllantirish

5.1. Turistik yo‘nalishlarning asosiy tushuncha va tamoyillari

5.2. Turistik yo‘nalishlarni ishlab chiqish va turlarni rejalashtirish

5.3. O‘zbekistonda turistik yo‘nalishlar bo‘yicha marketing tadqiqotlari o‘tkazish va takomillashtirish

5.1. Turistik yo‘nalishlarning asosiy tushuncha va tamoyillari

Yo‘nalishlar, turlar, ekskursiya dasturlarini shakllantirish, asosiy va qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatish turistik xizmat ko‘rsatish texnologiyasini tashkil etadi, ya’ni bu turistik xizmatga bo‘lgan ehtiyojni qondirish uchun muayyan turistik mahsulotni shakllantirish demak. Yo‘nalish – bu:

- sayohat paytida turist tashrif buyuradigan barcha jug‘rofiy joylar belgilangan, yo‘nalishda to‘xtash joylari o‘rtasida harakatlanish uchun turist foydalanadigan transport turlari ko‘rsatilgan harakat yo‘nalishi;

- turist o‘ziga belgilangan xizmatlar ko‘rsatish dasturiga muvofiq ma’lum vaqt mobaynida harakatlanuvchi oldindan rejalashtirilgan trassa;

- muayyan hududga va alohida ob’ektlarga bog‘langan, turli darajadagi mufassallik bilan tavsiflangan va grafik tarzida ifodalangan safar, sayohat trassasi.

Turistik yo‘nalishlar – turistlarga ko‘rsatiladigan xizmatlarning asosiy turlaridan biri. Turistik tashkilotlar yo‘nalishlarni oldindan ishlab chiqadi, 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” hosil bo‘lishi uchun ularni muayyan muddatlarga bog‘lash lozim. Mana shu “xizmatlar ko‘rsatish zanjiri” turizmida tur deb ataladi¹³.

Turistik yo‘nalish yoki sayohatning qisqacha tavsifi – **kroki** (rasmlar, xaritalar, chizmalar, ob’ektlarning matnli tavsifi). Sayohatchi faoliyatining mohiyati - sayohat haqidagi qaydlar – sayohat jarayonida kelgusida xotira sifatida yoki mazkur yo‘nalishni takrorlashda qo‘llanma tarzida foydalanish uchun yoki shu yo‘nalish bo‘ylab sayohat qiladigan yoki

¹³ Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалоштириш. -Т, TDIU 2010 -676.

mazkur ob'ektlarga tashrif buyuradigan boshqa turistlar va sayohatchilar uchun tuzilgan turistik yo'nalish yoki sayohatning qisqacha tavsifi.

Sayohat boshlangan va yakunlangan joylar yo'nalishning dastlabki va oxirgi nuqtasi hisoblanadi. Yo'nalishning boshi – turistga shartnomada nazarda tutilgan birinchi turistik xizmat ko'rsatiladigan joy. Yo'nalishning oxiri – turistga oxirgi turistik xizmat ko'rsatiladigan joy. Turistik yo'nalishlar turli belgilarga ko'ra tasniflanadi¹⁴.

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

- mavzuli 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 h.k.) asosiy o'rinni egallagan turlar;

- kurort-sog'lomlashtirish yo'nalishlari – dasturida dam olish va sog'lomlashtirish tadbirlari (kurortda davolash, profilaktik davolash, dengiz bo'yida dam olish, fitoprotseduralar va h.k.) asosiy o'rinni egallagan turlar;

- sport yo'nalishlari – dasturida sport tadbirlari yoki faol harakatlanish usullari (safarlar va sayrlar, tog' chang'isida 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 (chang'i, suv, tog' yo'nalishlari va h.k.). Masalan, daryo bo'ylab teploxoddagi turlar faqat yangi davrlarda o'tkazilishi mumkin.

3. **Trassa tuzilishiga** ko'ra chiziqli, halqali, radial va aralash yo'nalishlar farqlanadi. Chunonchi:

- **chiziqli yo'nalish** – boshi va oxiri turli jo'g'rofiy punktlarda joylashgan harakat yo'nalishi. Masalan: Toshkent – Xorazm.

Ko'pincha turist belgilangan joyga etib kelgach, bir mehmonxonada yashaydi, bir hudud doirasida ekskursiyaga va boshqa safarlarga chiqadi. Bunday yo'nalish har kuni yukini yig'ish va chamadonlar yoki ryukzaklarga joylashtirishni, mehmonxonama - mehmonxona ko'chib yurishni yoqtirmaydigan turistlar uchun qulay;

¹⁴ Юреев А.П. Планирование туризма. Учеб.пос. – Донецк. 2005. 107 с.

- **Halqali yo‘nalish** – boshi va oxiri bir jo‘g‘rofiy punktda joylashgan, marshrutda bir necha punktlarda to‘xtash mo‘ljallangan harakat yo‘nalishi. Masalan: “Buyuk Ipak yo‘li” (Toshkent – Samarqand – Navoiy – Buxoro – Xiva – Shaxrisabz – Qo‘qon – Toshkent).

- **Radial yo‘nalish** – boshi va oxiri bir jo‘g‘rofiy punktda joylashgan (statsionar), unda yashab turib, turist boshqa punktlarga safar qiladigan va sayohatni boshlagan joyga qaytib keladigan harakat yo‘nalishi.

- **Aralash yo‘nalish** – chiziqli, halqali va radial yo‘nalishlarni muayyan tarzda o‘zida mujassamlashtirgan harakat 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 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 – avtohavaskorlar (shaxsiy avtomashina egalari) uchun maxsus ishlab chiqilgan yakka tartibdagi yoki guruhli 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 huquqida 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. **Harakatlanish usullariga** ko‘ra:

- avtobusdagi yo‘nalishlar;
- teploxoddagi yo‘nalishlar (dengiz, daryo yo‘nalishlari);
- aviatsiya yo‘nalishlari;

- temir yo‘l yo‘nalishlari;
- aralash yo‘nalishlar farqlanadi.

7. **Yo‘nalish mazmuniga** ko‘ra:

- tabiat qo‘ynida dam olish;
- dengiz bo‘yida dam olish;
- tog‘da dam olish;
- dam olish va baliq ovi farqlanadi.

Turistik sayohat dasturi – yo‘nalishdagi to‘xtash joylarida bo‘lish, mehmonxonada 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 harakatlanish sanalari va vaqtlari ko‘rsatilgan tadbirlar rejasi. Sayohat dasturi (namunaviy yoki individual) sayohatchiga sotilgan va shartnomada belgilangan turistik xizmatlarni amalga oshirish rejasi hisoblanadi. Qo‘shimcha xizmatlar turistlarga bevosita ular yashayotgan joyda sayohatchining javobgarligi ostida alohida haq evaziga ko‘rsatilishi mumkin.

Xalqaro turizmda sayohat muddatining davomiyligi tashrif buyurilgan mamlakatda o‘tkazilgan vaqt (soatlar yoki tunashlar) miqdori bilan (safarga chiqish bilan bog‘liq turizm – bir mamlakatda doimiy yashaydigan shaxslar boshqa mamlakatga sayohatga chiqishi) yoki doimiy yashash joyidan tashqarida 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‘ljal oladigan bo‘lsak, mamlakatimizda chet el turistlari bo‘lib turishi muddatining davomiyligi 7-10 kunni tashkil etadi. 14 kunlik turlarning ulushi ancha kam, bundan uzoqroq davom etadigan safarlar esa bozorda juda kichkina segmentni tashkil qiladi. Yangi turlarni ishlab chiquvchilar ana shu holatlarni hisobga olishlari, ishlab chiqilayotgan turlarning davomiyligi eng ommaviy talab doirasidan chetga chiqmasligi kerak.

5.2. Turistik yoʻnalishlarni ishlab chiqish va turlarni rejalashtirish

Yoʻnalishlarni ishlab chiqish koʻp bosqichli murakkab jarayon boʻlib, ancha yuqori malakani taqozo etadi va turistik xizmat koʻrsatish texnologiyasining asosiy manbasi hisoblanadi. Turistik yoʻnalishni ishlab chiqish va rejalashtirish bosqichlari quyidagilardan tashkil topadi¹⁵:

1. Yoʻnalishning moʻljallangan trassasidagi turistik resurslarni tadqiq qilish.
2. Turistik resurslardan foydalanish borasidagi cheklashlarni aniqlash.
3. Mazkur yoʻnalish trassasidagi turistik xizmatlar bozori marketingi.
4. Yoʻnalish turini belgilash.
5. Yoʻnalishning eskiz modelini tuzish.
6. Yoʻllarning toifasini va holatini aniqlash.
7. Yoʻnalish trassasini tuzish.
8. Yoʻnalishni hayot taʼminoti punktlariga bogʻlash.
9. Yoʻnalishda xavfsizlik chizmasini ishlab chiqish.
10. Yoʻnalishdagi tezliklar xaritasini ishlab chiqish.
11. Yoʻnalish pasportini ishlab chiqish.
12. Pasportni tegishli xizmatlar bilan kelishish.
13. Yoʻnalishdan yoʻlovchilarsiz sinov tartibida oʻtish.
14. Sinov tartibida oʻtishdan keyin yoʻnalish chizmaiga oʻzgartishlar kiritish.
15. Yoʻnalish pasportini tasdiqlash.

Mazkur taomil vaqtida ancha uzoq davom etadi va bir necha oyga choʻziladi. Agar yoʻnalish buyurtma (bir martalik) boʻlsa, uni tuzish taomili engillashadi, xavfsizlikni taʼminlash tadbirlari bundan mustasno. Avtobus yoʻnalishini ishlab chiqishda “Yoʻl harakati qoidalari”, “Avtomobil transporti nizomi”, “Yoʻlovchi tashish qoidalari” va boshqa idoraviy normativ hujjatlarga amal qilish lozim. Yoʻnalishni ishlab chiqish jarayoni yoʻnalish pasportini kelishish va tasdiqlash bilan yakunlanadi. Yoʻnalish pasportidan turlarni shakllantirishda, shuningdek yoʻl-transport hodisalarini tekshirishda foydalaniladi. Yoʻnalish ishlab chiqilganidan va tasdiqlanganidan keyin turni shakllantirishga kirishiladi. Turistik yoʻnalishni ishlab chiqishning ikki shakli mavjud:

1. Yakka tartibdagi turistlar uchun ham, guruhlar uchun ham, chet el turistik firmasining yoki turistlarning buyurtmasiga binoan turni ishlab chiqish. Bunday hollarda turistik tashkilotlar turistik firmalardan buyurtmalarni qabul qilib olishda tanlangan yoʻnalish boʻylab turistlarni

¹⁵ Юреев А.П. Планирование туризма. Учеб.пос. – Донецк. 2005. 114 с.

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 guruhlarni qabul qilish uchun foydalaniladi. Bunday hollarda 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 MDH mamlakatlarining turistik tashkilotlari tashabbusiga ko'ra turlar ishlab chiqish. Bunda taklif qilinayotgan shaharlarga tashrif buyurishga chet ellik turistlar orasida talablar mavjudligi va mazkur shaharlar mehmonxona bazasining sig'imi asosiy shartlar hisoblanadi. 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 mashhur bo'lgan yo'nalishlar bo'ylab tashkil etiladi. Yakka tartibdagi turistlarni ko'proq jalb qilish uchun standart turlarda ularga ma'lum imtiyozlar berilishi mumkin. "Uzintur" AJ, "O'zbekturizm" MK taklif qiluvchi "ctop ouver" yoki "Kart blank" turlari shular jumlasidan;

- chet ellik yakka turistlar guruhlar tarkibida (arzonroq narxlarda) safar qilishi uchun mo'ljallangan turlar. Bunday guruhlar yo'nalishdagi birinchi xizmat ko'rsatish punktida shakllantiriladi. Bu standart yo'nalishlarga ega bo'lgan, boshlanish va yakunlanish sanalari qayd etilgan turlardir. Bunday turlar boshqa mamlakatlarning turistlariga va har qanday xorijiy firmalarga ochiq. Yagona cheklash – har bir guruhdagi o'rinlar kvotasi (30 kishigacha) va ekskursiyalar o'tkaziladigan tilni bilish. Qayd etilgan sanali turlardan chet el turistik firmalaridan belgilangan miqdor doirasida alohida guruhlarni qabul qilish uchun ham foydalanilishi mumkin;

- mehmonxona bazasidan va transport vositalaridan yanada samarali foydalanish, shuningdek chet ellik turistlar sayohatlarining geografiyasini kengaytirish maqsadida O'zbekiston Respublikasining turistik tashkilotlarida SET-turlar (tarmoq grafiklari bo'yicha) va blok-turlar ishlab chiqishga katta e'tibor beriladi. Bunday turlarda muayyan mintaqalarning turistik markazlari bir necha standart yo'nalishlari bilan bog'lanadi, turistlarni tashish uchun transport vositalarining turlari belgilanadi va

dasturlarda asosiy ekskursiya tadbirlari – “tur durdonalari” qayd etiladi. Chet el turistik firmalariga SET-turlar va blok-turlarning umumiy ro‘yxatidan istalgan ma’qul variantni tanlab olish, yo‘nalish bo‘ylab muayyan shaharlarda bo‘lish sanalarini kelishish va muddatlarni uzaytirish, qayd etilgan sanali qo‘shimcha turlarni kiritish imkoniyati beriladi. Turistik tashkilotlarning tashabbusiga ko‘ra SET-turlar va blok-turlar tashkil etish ularning turistik mahsulot 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 qo‘llanilishi mumkin.

Shunday qilib, muayyan turistik yo‘nalishlarni ishlab chiqish quyidagilarni taqozo etadi¹⁶:

- mehmonxona bazasining hamda korxonalari yo‘nalish bo‘ylab yo‘lovchi tashish vositalari to‘g‘risida tuzilgan bitimlarga asosan taqdim etuvchi bo‘sh o‘rinlarning mavjudligi, tegishli tashkilotlar tuzilgan bitimlarga asosan taqdim etuvchi transport vositalarida bo‘sh o‘rinlarning mavjudligi haqidagi axborotga to‘liq ega bo‘lish va ulardan foydalana bilish;

- turistik namoyish ob’ektlari (muzeylar, tarixiy va me’morchilik obidalari) haqida, ularning ish vaqti to‘g‘risida axborotga to‘liq ega bo‘lish.

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

- har bir shaharda 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 mehmonxonalarda 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 shaharlar o‘rtasida tegishli aviareyslarni bronlashtirishi lozim (masalan, Toshkent – Samarqand 5,07 reys..., Samarqand – Buxoro 8,07 reys..., Buxoro – Toshkent 11,07... .

¹⁶ Алиева М.Т. ва бошқалар Туризмни режалаштириш. Тошкент, 2010 -16 б.

Turistlarning tashrif buyurish va jo‘nab ketish vaqtiga va ko‘rsatilgan reyslarga muvofiq (yo‘nalish bo‘ylab) shaharlarda mehmonxona nomerlarini bronlashtirish sanalari va vaqti aniqlab olinadi. Bunda mehmonxonada amal qiluvchi hisoblash soati (12 soat) hisobga olinadi. Firma 5.07 ga o‘tar kechasi Toshkentdan Samarqandga olib boradigan transportni buyurtma qilishi mumkin. Bu holda Samarqanddagi mehmonxonani bronlashtirish sanasi 5.07 dan 6.07 ga o‘zgartiriladi. Turistlarni yo‘nalish bo‘ylab tashishning boshqa variantlari ham bo‘lishi mumkin. Bunda har qanday yo‘nalishni bajarishning bosh sharti uni mehmonxona o‘rinlarini va tashish vositalarini tegishli tarzda bronlashtirish bilan ta‘minlash hisoblanadi. Zarur transport vositalarini bronlashtirishda qiyinchilik tug‘ilgan holda muqobil variantlarni qidirish, masalan, ertalabki reysni kechki reysga almashtirish yoki avia tashishni temir yo‘lda yoki avtobusda tashishga almashtirish kerak.

Shaharlarni o‘zgartirish harakatlari natijasida chet el firmasi o‘zi bilan kelishilgan yo‘nalishni tasdiqlaydi. Bunda butun yo‘nalish bo‘ylab safarning boshidan oxiriga qadar mehmonxona o‘rinlari va transportda tashishning bronlashtirilishi ta‘minlanadi.

3-jadval

Chet ellik turistlar uchun tur bahosining taxminiy hisobi (Toshkent – Samarqand yo‘nalishi bo‘yicha, 2006 yilning fevraliga qadar bo‘lgan holatga ko‘ra)

№	Turga kiritilgan xizmatlar	Xizmatlar qiymati	Jami
1.	Mehmonxonada joylashtirish, vannali yoki dushli nomerlarda	2000 so‘m x 8 sutka	16000
2.	2 mahal 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 q 1000 so‘m : 20 kishi q 50 so‘m. Bagajni tashish – 100 so‘m. Jami: (50 so‘m + 100 so‘m) x 4 marta q 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 bo‘yicha temir yo‘l chiptasi bilan ta‘minlash (firma poezdi, kupe vagoni)	2000 so‘m	
6.	Guruhning rejadani tashqari kuzatuvchisini qabul qilish	Mehmonxona – 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 mehmonxona 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.	Operatsion xarajatlar (ijara, mehnat haqi, aloqa, reklama) va rejalashtirilgan daromad, jami 20% miqdorida		5744
10	Jami		34464

5.3. 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 hududlarda yangi ob’ektlarni turistik muomala sohasiga kiritish hisobiga yangi yo‘nalishlarni shakllantirish bo‘yicha bir qancha umumiy xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish imkonini beradi. Mazkur ma’lumotlarga ko‘ra, 2008 yilga qadar bo‘lgan davrgacha turistik oqimlarning asosiy qismi respublikaning turistik talab katta bo‘lgan hududlari va turistik markazlari – Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xorazm va Farg‘ona

vodiysiga to'g'ri keladi. Respublikaning Qoraqalpog'iston, Orolbo'yi kabi mintaqalari, respublika janubi, shu jumladan Termiz turizm sohasida boy potentsial imkoniyatlarga ega, ammo ular yaxshi o'zlashtirilmagani va asosiy markazlardan uzoqda joylashgani uchun turistik korxonalar loyihalashtirilgan kompleksini rivojlantirish istiqbollariga kiritilishi lozim.

Shundan hamda turistlar sayohat va safarlardan yorqin taassurot va ma'rifiy axborot olishi shartidan kelib chiqib, biz eng avvalo qadimda "Buyuk ipak yo'li" o'tgan asosiy shaharlar va manzilgohlarni o'z ichiga oluvchi turistik yo'nalishlarni ishlab chiqdik¹⁷.

Miloddan avvalgi II asr oxiri – I asr boshida "Buyuk Ipak yo'li" trassalari vujudga kelgan: Qoshg'ar (Sharqiy Turkiston) orqali Oloy vodiysiga, Qo'g'ot dovoni orqali – Farg'ona vodiysiga, Jo'nqar darvozasi (Xo'jand hududida) orqali yo'l rivojlanib borgan. Yo'lning bir tarmog'i janubi-g'arbga qarab ketgan va yanada qadimgi yo'l – Shohruh yo'liga qo'shilib, Samarqand – Buxoro – Amul (Chorjo'y) – Marv – Hamadon – Mashhad (Eron) orqali Suriya (Aleppo)ga va undan Vizantiyaga (hozirgi Turkiya davlati hududiga) o'tib, Efesgacha (O'rta yer dengizi sohilida) borgan va undan Misr va Evropaga o'tib ketgan. Mana shu tarmoqqa Samarqand hududida "Nefrit yo'li" (Hindistondan) qo'shilgan. Buxoro hududida yo'l shimolda Kat (Beruniy)ga qarab, Amudaryo bo'ylab Urganchga, quruqlikdan Elbe, Volga daryolariga – Sharqiy Evropaga qarab tarmoqlanib ketgan.

"Buyuk ipak yo'li"ning ikkinchi tarmog'i Farg'ona vodiysidan chiqqach, shimolga: Jizzax – Choch (Toshkent) – Chimkent – Taraz (Jambul) – Issiqko'l orqali Sibirga qarab ketgan. Taraz hududida yo'l yana ikkiga ayrilgan va uning bir tarmog'i Sirdaryo bo'ylab pastga, Elbe daryosiga (Ural janubida) tushgan, undan Volga daryosiga – Shimoliy qora dengiz bo'yiga o'tgan, qora dengiz orqali 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 hisobga olgan holda turistik yo'nalishlarni shakllantirish uchun asos qilib olinishi mumkin.

Evropaning ayrim mamlakatlarida ommaviy bo'lgan qishloq yo'nalishlarini ham respublikamizda rivojlantirish mumkin. Mazkur yo'nalish turi qishloqlarda yoki alohida uylarda joylashtirish, turistlarni ovqatlantirishni tashkil etish bilan bog'liq. Shu bilan birga, turistlarga

¹⁷ Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять тени. -Т.: Ипак «Шарк» 2005.- 130 б.

qishloq xo'jalik ishlarini kuzatish yoki ularda bevosita ishtirok etish imkoniyati beriladi. Qishloq yoki shaharchadan baza sifatida foydalanib, turistlar mazkur hudud bo'ylab safarlarga chiqishlari mumkin. Baliqchilar yashaydigan qishloqlar va shaharchalarda mahalliy aholi ham turistlarni o'z uyiga joylashtirishi va ularga baliq 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 tug'iladi.

Ekologik yo'nalishlar milliy turistik mahsulotning jadal sur'atlarda rivojlanayotgan turlaridan biri hisoblanadi. Ekologik turizm atrof muhitni saqlash muammolaridan tashvishda bo'lgan, mahalliy ekologiya va madaniyatning holati haqida ko'proq bilishni xohlagan odamlar orasida ayniqsa mashhur. Bu erda keng miqyosda ish olib borish talab etilmaydi. Garchi turizmning mazkur turi katta kapital qo'yimalarga muhtoj bo'lmasa-da, uni rivojlantirishda puxta nazorat olib borish, ushbu faoliyatni ekologik talablarga uyg'un tarzda bog'lash zarur. Malakali gidlarning mavjudligi, shuningdek safar joylarida tabiatni qo'riqlash chora-tadbirlarini qat'iy amalga oshirish katta ahamiyatga ega.

Statsionar turizm, agar mehnat ta'tiliga chiqqanlar va pensionerlar o'z mablag'larini shu erda sarflashini hisobga olsak, mahalliy aholiga katta foyda keltirishi mumkin. Biroq, shu bilan birga, turizmning mazkur turi muayyan muammolarni tug'dirishi, xususan, yangi qurilish munosabati bilan mahalliy infratuzilma zo'riqishiga, mahalliy o'ziga xoslikning yo'qolishiga, qurilishning nooqilona (ekologik muammolarni keltirib chiqaradigan) usullari qo'llanilishiga olib kelishi mumkin. Shu sababli milliy turistik mahsulotni va statsionar turizmni muvaffaqiyatli rivojlantirish uchun mahalliy aholi uchun maqbul bo'lgan tegishli qurilish hajmlarini saqlash, yangi turar joy zonalarini puxta rejalashtirish va loyihalashtirish, shuningdek mazkur yangi qurilishlar uchun etarli infratuzilmani vujudga keltirish zarur.

Etnik va nostalgik yo'nalishlar ham milliy turistik mahsulotni rivojlantirish yo'llaridan biri hisoblanadi. Mazkur turistik mahsulotlar nomining o'zidayoq safarga turtki beruvchi omillar mavjut. 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 hollarda maxsus gidlar xizmatini tashkil etish va yangi o'ziga xos yo'nalishlar ishlab chiqish talab etiladi.

Diniy turistik yoʻnalishlar respublikamizda milliy turistik mahsulotni rivojlantirishda juda muhim ahamiyatga ega. Diniy ziyoratchilarni joylashtirish va ularni boshqa obʼektlar bilan taʼminlash odatda oʻziga xos xususiyatga ega boʻladi. Biroq, turistik faoliyat subʼektlari sifatida, ziyoratchilar ham mahalliy aholi uchun qoʻshimcha daromad manbai hisoblanadi.

Yuqorida sanab oʻtilgan yoʻnalishlarni ishlab chiqishda nafaqat milliy turistik mahsulotning rivojlanishi, balki namoyish etish uchun qiziqarli obʼektlarning mavjudligi, tabiiy - iqlimiy shart - sharoitlar, respublikaning muayyan hududlari turistik yoʻnalishlar bilan oʻzlashtirilganligi, shuningdek muayyan shaharlar va aholi yashaydigan punktlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasi, shu jumladan obodonchilik, muhandislik taʼminoti darajasi, tashqi va ichki transport aloqalari, mazkur omillarning rivojlanish istiqboli ham hisobga olinishi lozim.

Yoʻnalishlarning dastur rejasi milliy turistik mahsulotni rivojlantirish istiqbollari va respublika boʻylab qiziqarli sayohatlar tashkil etish istiqbollari tarzida, turistlar faoliyatining barcha turlari: maʼrifiy ekskursiyalar, dam olish, boʻsh vaqtni mazmunli oʻtkazish va h.k.ni hisobga olgan holda ishlab chiqiladi.

Milliy turistik mahsulot va turistik sayohatlarni rivojlantirish rejalari ishlab chiqilishi bilan bevosita bogʻliq holda, respublika “Milliy Meros” dasturi ham ishlab chiqilgan boʻlib, u Oʻzbekistondagi barcha (qadimgi davrdan to hozirgi kungacha boʻlgan) madaniy meros yodgorliklarini saqlash, oʻrganish, tiklash va targʻib qilish tadbirlarini oʻz ichiga oladi.

Oʻzbekistonda togʻlar, daryolar, koʻllar, sahrolar, oʻrmonlar va ov uchun moʻljallangan maxsus mintaqalar juda koʻp. Hammasi boʻlib har xil turistik yoʻnalishlarning 100 dan ortiq turlarini tashkil etish mumkin. Hozirda faqat respublika tashkilotlarining oʻzi maxsus turistik yoʻnalishlarning 34 turini tashkil qilgan.

Respublikada togʻlar boʻylab sayohat, tuyalarda, otlarda sayohat, ov, baliq ovi, veloyoʻnalishlar, ekologik turlar kabi maxsus turistik yoʻnalishlar rivojlanmoqda. Oʻzbekiston hududida mazkur yoʻnalishlar bilan shugʻullanuvchi maxsus firmalar mavjud. “Osiyo-trevel”, “Yordamchi”, “Glavoxota” tashkilotlari shular jumlasidan. Respublika boʻyicha eng koʻp turistlarni jalb qilayotgan turistik yoʻnalishlarga quyidagilar kiradi: “Boysun togʻlari va gʻorlari”, “Fan togʻlari”, “Sarichelak koʻllari”, “Kaklik ovi”, “Parranda ovi”, “Togʻ echkisi ovi”, “Yovvoyi choʻchqa ovi” va b. Mazkur turlar bilan Jizzax, Namangan,

Navoiy, Samarqand va Farg'onadagi viloyat turistik tashkilotlari ham shug'ullanadilar¹⁸.

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

Mamlakatimiz hududida juda ko'p milliy parklar va qo'riqxonalar mavjud. Faol dam olish, sarguzashtlar va sayohatlar ishqibozlari uchun bu erda juda ko'p imkoniyatlar mavjud. Ornitologiya, qum barxanlari va tuyada sayr qilish ishqibozlari uchun cheksiz qizilqum sahrosida turistik yo'nalishlar tashkil etish mumkin. Tog'da sayr qilish va alpinizm ishqibozlari uchun biz go'zal Tyan-Shan va Hisor tizma tog'larini taklif qilishimiz mumkin. Speleologlarni bu erda Boysun platosidagi son-sanoqsiz sirli g'orlarning labirintlari jalb qiladi.

Suvda dam olish ishqibozlariga O'rta Osiyoning Chotqol, Oqbuloq, Ohangaron, Zarafshon, Sirdaryo va Amudaryo kabi ajoyib daryolari bo'ylab murakkablik darajasi har 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 eng ommabop yo'nalishlardan biridir. Bu Buxoro, Samarqand, Shahrisabz kabi qadimgi shaharlar bo'ylab ekskursiyalarni o'z ichiga oladi. Yo'nalishning trek qismi Hisor tog'lariga besh kunlik safarni nazarda tutadi. Bunda mashhur Amir Temur g'origa ekskursiya uyushtiriladi, qadimgi hayvonlarning toshda qotib qolgan izlari borib ko'riladi, Hisor tog' tizmalaridan o'tiladi va qizilqum sahrosi bo'ylab tuyalarda ikki kunlik safar uyushtiriladi. Bundan tashqari, uch, to'rt va hatto besh yo'nalishdan iborat har xil aralash ekologik turlar tashkil etish imkoniyatlari ham juda ko'p. Bunga O'zbekistonning har xil tabiiy va tarixiy ob'ektlari bir-biriga yaqin joylashgani keng imkoniyat yaratadi.

O'zbekiston Fan tog'lari, Oqsuv va Karavshin hududlari, Turkiston tizma tog'lari, 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. Hatto respublika ichida ham bir xildagi yo'nalishlarga har xil narxlar

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

belgilangan bo‘lib, bu maxsus turistik yo‘nalishlar bilan shug‘ullanuvchi turistik tashkilotlar turli idoralarga bo‘ysunishi bilan izohlanadi.

Respublikaga kiruvchi turistlarni hisobga 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 Sarioq‘och, 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 hisobi yuritilmaydi. Qozog‘iston, Rossiya, Qirg‘iziston, Tojikiston va Turkmanistondan har yili taxminan 5 mln. norezidentlar tashrif buyuradi.

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

4 - jadval

Qo‘shni mamlakatlarga xalqaro yo‘nalishlar bo‘ylab tashilgan yo‘lovchilar miqdori (ming kishi hisobida)

	2005 yil	2008 yil
Jami		
Avtobusda yo‘lovchi tashish	8445	7998
Temir yo‘lda yo‘lovchi tashish	6454	4080
Havo transportida yo‘lovchi tashish	1797	1904
Boshqa transportda yo‘lovchi tashish	84,0	13,0

Eslatma: O‘zbekiston Respublikasi Statistika boshqarmasi baholagan

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 hisobga olinmagan. Vaholanki, ular tashilgan jami yo‘lovchilarning kamida 20% ni tashkil etadi. Bir kun ichida chiqib ketishni ham hisobga olganda, O‘zbekistonga tashrif buyuruvchilar soni bir yilda 5,0 mln. kishidan oshmaydi.

Mamlakatlar bo'yicha norezidentlarning tahlilini, chet ellik turistlarni hisobga qo'shmaganda, quyidagicha baholash mumkin: Qozog'istondan – 50-60%, Tojikistondan – 20-25%, Rossiyadan – 10-15%. Qozog'istondan keluvchi norezidentlar ulushining kattaligi O'zbekiston hududining o'ziga xos xususiyatlari va juda ko'p yo'llar O'zbekiston orqali o'tishi bilan izohlanadi.

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 shaharlarga qaratilgan. Lekin respublikamizda turistlarning ko'rishi va dam olishlari uchun tarixiy va xushmanzara joylar ko'p. Faqat ularni yuqori darajada tanishtirish, yangi yo'nalishlar tizimi va turistlarni o'sha joylarga joylashtirish yo'llari ishlab chiqilishi kerak. Hozirda asosiy yo'nalishlar faqat «O'zbekturizm» MKSi 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 muhim masalalardan biri hisoblanadi.

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 motivatsiyalarini izoxlang?
4. Asosiy tur hujjatlari nimalar kiradi?
5. Turistik yo'nalish turlarini izohlang?
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 mahkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 “Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish haqidagi” qarori.
2. Alieva M.T. va boshqalar. Turizmni rejalashtirish. –T.: TDIU. 2007 - 167 b.
3. А. П. Юрьев «Планирование туризма», Донецк.2005 г.
4. Гвозденко А.А. Страхование в туризме. Учебное пособие. – М. 2005 г.
5. Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять тени. -Т.: Ипак «Шарк» 2005.- 230 б.
6. Интернет сайтлари.
www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции

6.Bob. Turizm siyosati asoslari

6.1. Turizm siyosati tushunchasi

6.2. Turizm siyosatining muvaffaqiyatli shartlari

6.3. O‘zbekiston turizmi iqtisodiyotida hukumat organlarining tutgan roli

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 bog‘liq madaniy funktsiyalardan eng unumli foydalanish maqsadi bilan, davlat va hukumat boshqaruvi kuchiga ega bo‘lgan tashkilotlar tomonidan turizm sohasida qo‘llanilgan chora-tadbirlar yig‘indisidir. Davlatning turizm bilan qiziqishi va turizm sohasiga qilayotgan zaruriy e‘tiborining iqtisodiy, ijtimoiy, atrof - muhit va madaniy omillari mavjud¹⁹.

1. Iqtisodiy omillar. Turizm, shaxsiy iste‘molda muhim o‘rin tutadi; turizm ishlab chiqarish hajmini oshiradi; turizm, mamlakatning rivojlanish holatlari farqli bo‘lgan xududlar o‘rtasida bir muvozanat qurishga imkon yaratadi; turizm sohasi insonlarga foydali va foydasiz ish o‘rinlari yaratib beradi hamda mamlakatga valyuta oqimini olib keluvchi faoliyatdir.

2. Ijtimoiy omillar. Turizm; ishlab chiqarish omili bo‘lgan inson kuchining dam olishiga sharoit yaratib bermoqda; sarmoya, tabiiy boyliklar va boshqa ishlab chiqarish omillarining qo‘llanilishiga muhit yaratmoqda; insonlarning tushunchalarini, dunyoqarashini rivojlantiruvchi, bo‘sh vaqtlaridan unumli foydalantiruvchi bir faoliyatdir; hayot sharoitlari turli bo‘lgan davlatlarda, bir davlatning farqli viloyatlarida yashovchi insonlar o‘rtasida, tanishish, bir-birini tushunishga imkon beruvchi bir xabarlashish ko‘prigidir; turist qabul qilgan davlat, viloyatning ijtimoiy turizmini, urf-odatlarini o‘zgartirishga ta’sir ko‘rsatadi.

3. Atrof-muhit bilan bog‘liq omillar. Turistik faoliyatlar: turist qabul qilgan davlatning atrof-muhitiga ijobiy va salbiy ta’sir ko‘rsatmoqdadir; bino, yo‘l kabi omillar bilan makon tugatuvchi faoliyatdir; tabiiy muhitning sifati, tarixiy asarlar, tabiat go‘zalliklari buzilishi mumkin.

4. Madaniy omillar. Turizm ziyorat qiluvchi kishilarning madaniyatlariga ta’sir ko‘rsatadi; madaniy boyliklarga yutuqlar keltira

¹⁹ Лифиц И. М. Стандартизация, метрология и сертификация: Учебник. – М.: Юрайт-Издат, 2006. 136 с.

olishi yoki madaniy boyliklarga zarar keltirishi mumkin; kishilarning xulq-atvorini va hatti-harakatlariga bir qancha o'zgartirishlar yuzaga keltiruvchi insonlarning tushunchalariga ta'sir qilishi mumkin; turizm rejasi; tashkilot; avtoritet; koordinatsion; o'z ixtiyorida bo'lishlik; atrof-muhit aloqalari; muvozanat; inson aloqalari; nazorat; iqtisodiy, ratsional va global vazifalardan iborat. Bu omillarni birma-bir izohlab chiqamiz;

1. Turizm rejasi - ma'lum bir davrda turizm sektorida ko'zlangan maqsadlarni va bu maqsadlarga erishish uchun qo'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 hisobotli bir shaklda taxmin qilinganda erishiladigan maqsad va qo'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 qadar berila olmasligidan hosil bo'ladigan yo'qotishlar, sarmoyaning bog'lanish oldi olinadi;

- ma'suliyatlarning, qo'laylikning taqsimi oldindan ko'rila bilishi ro'yobga chiqadi.

2. Tashkilot. Turizm siyosatining ikkinchi vositasi xuquqiy maqomga ega bo'lgan, qo'llab-quvvatlangan ta'sirchan tashkilotdir. Tashkilotning davlat yoki xususiy tashkilot maqomiga ega bo'lishi yoki arzonlashtirilgan shaklda tutilishi mumkin. Davr bilan eng mos model ham topilishi mumkin. Turizm tashkiloti, tashkil qilingan turizm bilan bog'liq turli davlat, nodavlat va xususiy tashkilotning turizm maqsadlariga xizmat qiluvchi faoliyatlarini bir joyga keltiruvchi, turizm siyosatini yurituvchi tashkilotdir. Ta'rifdan kelib chiqqan holda, 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 guruhlariga bo'linishi mumkin:

- boshqaruv ishlari va ma'suliyati ichida, turizm davlat iqtisodiyotida muhim sektor shaklida o'z o'rnini to'g'ri topilishi, turizm rejasining etkazib berilishi va qonuniy tekshirishlar o'rin oladi;

- milliy turizm siyosatini tayyorlash va tadbqiq qilish, turizm siyosatini ko'rib chiqish va yuritishdir;

- turizmga imkonli yoki imkonsiz bog'liq boshqa davlat tashkilotlari bilan munosabatlar va hamkorliklar.

Turizm tashkiloti bir mamlakatda mahalliy va milliy davlat tashkilotlari bilan turizm tashkilotlari orasida kuchli hamkorlik qilinishi, bu hamkorlik atrofida turizmga bog'liq ma'lumotning to'planishi, izlanishlar olib borilishi, turistik mahsulotning sotilishi, madaniyat, go'zal plakatlar uyushtirilishida boshqaruv bilan ish qilinishi, turistik o'rgatuvchining saqlanishi mavzuida kerakli harakatlar qilinishi, atrof-muhit muammolarining hal qilinishi kabi vazifalarni ham o'z ichiga olgan;

- xususiy sektor ishlaridagi munosabatlar va hamkorliklar. Turistik mahsulot ko'pincha xususiy sektor shaxslari tarafidan bajarilgan ishlar natijasida yuzaga chiqmoqda. Bu mavzuda muvaffaqiyatga erishish uchun, xususiy sektordagi har xil turistik shaxslar orasida keng hamkorlikka ehtiyoj mavjud. Davlat turizm tashkiloti boshchiligida bir tomondan turistik mahsulot hosil bo'lishida to'g'ridan – to'g'ri, boshqa tarafdin 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 xalqaro rejada turistik mahsulotning rivojlantirilish vazifasini o'rniga keltirish mavqeidir.

3. Pul manbalari. Turizm siyosatining muhim vositasi puldir. Chunki, etarli mablag' qo'lga kiritilmasdan siyosatni amalga oshirish, tashkilotga harakat, dinamizm berish sharoiti yo'q. Zero, turizmning faqat eski ruhiyat bilan yurmasligi haqiqatdir.

4. Avtoritet. Avtoritet qonunlarining, xususan turizm bilan bog'liq mavzuning amalda qilinishi va bo'yruqlarning bajarilishi uchun davlat boshqaruvchilarining qo'lidagi kuchni ifodalaydi. Masalan, eng mukammal avtoyo'llar, bu yo'llarda himoya va asabiylashish bo'lmasligi, qonunlarning amalda qilinmasligi o'z vaqtida ma'nosini yo'qotadi. Biror mehmonxona rahbarining tayyorlanishi uchun otelchilardan kerakli ma'lumotni beradigan avtoritet, baho nazoratini ta'sirli qiladigan nazorat

o'tkazish sharoiti yo'q bo'lsa, qonunlarni amalda qo'llashni topib bo'lmasa, turizm siyosati faqat bir hujjatdan boshqa narsa bo'la olmaydi.

5. Koordinatsion. Turizm siyosatida muvaffaqiyatga erishish, turizm bilan uzoq yoki yaqindan qiziqish bo'lgan hamma tashkilotlar va kishilar orasida ohangli ishlashning bosh sharti koordinatsiondir. Aks holda, 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 hech qachon kechirilmagan qattiq munosabati oldi olingan bo'ladi.

6. Atrof-muhit munosabatlari. Turizm faoliyatlari jismoniy va ijtimoiy muhitda paydo bo'ladi. Shu sababdan, turizm faoliyatlariga yo'l ochgan siyosat jismoniy va ijtimoiy muhitni tartibga solish, ta'sir qiluvchi omillarning oldini olish uchun qo'riqlovchi choralar keltirmoqda. Boshqacha aytganda, turizm siyosati tabiiy va artistik muhitning qo'riqlanishiga, shaharlashuvga 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 etmoqda. Chunki, joy o'zgartiradigan ham, xizmat qiladigan ham insondir. Shu sababli, faoliyatning muvaffaqiyati insonga bog'liqdir.

9. Nazorat. Turistik faoliyatlarda har qadamda nazorat mavjud bo'lishi lozim. Turizm siyosatida nazorat maqsadlarga erishishda ma'suliyatli shaxslarni topish, xatolarni aniqlash, xatolarning sabablarini o'rta qo'yadigan eng muhim vazifasidir.

10. Iqtisodiy, unumli va global vazifalar. Turizm siyosati umumiy iqtisodiy faoliyat bo'lib, davlatning pul, transport, ichki va tashqi tijorati kabi sektor mavqeidagi 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 ham majburiyatdir. Nihoyat turizm siyosati to'g'ridan-to'g'ri yoki aloqador madaniy va ijtimoiy boshqa mutaxassislar anglatishi kerak. Jami bu mutaxassislar sababli, turizm

eng muhim mavzulardan birining «Koordinatsion» ekanligini takrorlashda foyda ko‘rilmoqdadir.

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 bog‘liqdir. Turizm siyosatini ko‘zlangan 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 holat 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, huquqiy, demografik shartlar va foydalari bo‘lishi ustiga tadqiq qilinishi mumkin.

O‘zbekistonda bozor iqtisodiyotining shakllanishi jahon bozorlarida turim sohasidagi keskin o‘zgarishlar davrga to‘g‘ri keldi. Jahonda turizm iqtisodiyotning ahamiyatli tarmoqlaridan biriga aylandi. Turizm industriyasi millionga yaqin ishchi va xizmatchilarni ish joylari bilan ta’minlab, ular kasb mahoratining o‘shishiga imkoniyatlar yaratib bermoqda. Shuni aytib o‘tish kerak-ki, bu sohada ish bilan ta’minlanish boshqa sohalarga qaraganda ikki barobar tez o‘smoqda.

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 qo‘yilgan, lekin bu huquqdan foydalanish uchun qator ijtimoiy yo‘nalishdagi muammolarni hal qilish kerak: transport, yo‘l, ovqatlanish va boshqalar shular jumlasidandir. Bu erda gan boshqarilishi kerak bo‘lgan turizm infratuzulmasi nazarda tutilmoqda.

6.3. O'zbekiston turizmi iqtisodiyotida hukumat organlarining tutgan roli

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

Turizm infratuzilmasining rivojlanishi har bir davlat tomonidan tuzilgan, qonun bilan asoslangan huquqiy muhit va konstitutsiya kafolatlari doirasida amalga oshiriladi. Bu muhitning liberalizatsiya darajasida turizm faoliyatining barcha sub'ektlari va turistlarga yuridik va fuqarolik kafolatlarining to'la saqlanishi eng avvalo xalqaro turizmning samaradorligiga bog'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. Jahon iqtisodiyoti tajribasidan ma'lumki, turizm sohasi mamlakat xazinasini uchun zarur bo'lgan valyuta tushumini ta'minlash, yangi ish joylarini vujudga keltirish va shu bilan birgalikda aholining turmush darajasini ko'tarish uchun xizmat qiladi. Respublikamiz xalqaro turizm biznesidagi imkoniyatlarining kattaligi bilan qo'shni mamlakatlardan tubdan farq qiladi. O'zbekistonning geografik o'rni nihoyatda qulay, ajoyib tabiiy iqlim sharoitiga egaligi insoniyat madaniy taraqqiyotida ham katta o'rin tutadi. O'zbekiston nodir tarixiy arxitektura yodgorliklariga, shirin-shakar mevalar, xilma-xil taomlar, ajoyib milliy an'ana, urf-odatga ega bo'lgan mehmondo'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 ham muhim o'rin tutadi. Ammo xalqaro turizm taraqqiyoti darajasini yuqori bosqichga olib chiqishda hali ko'p islohotlarni amalga oshirish, kechiktirib bo'lmas choralarni belgilash va ularni jadallik bilan hayotga tadbiq etish lozim bo'ladi.

Keyingi yillarda hukumat tomonidan turizm sohasini rivojlantirishga e'tibor ko'payib bormoqda, buni hukumat tomonidan qabul qilingan qaror va farmonlar misolida ham 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 Butunjahon Turizm Tashkilotiga a'zo bo'lib kirishi turizm taraqqiyoti sohasida 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. Hozir O'zbekistonga tashrif buyurayotgan turistlarning deyarli hammasi 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 oshirilmoqda. Shu bilan bir vaqtda xalqaro turizmni rivojlantirishda amalga oshirilishi muhim bo'lgan ishlar quyidagilardan iborat deb bilamiz²⁰:

- Turizm biznesida kichik va xususiy tadbirkorlik faoliyatidan keng foydalanish va xalqaro bozorlarga chiqishga intilish;

- mahalliy axborot agentliklari orqali rivojlangan mamlakatlarni O'zbekistonning turistik imkoniyatlarni tanishtirishga harakat qilish;

- turizm sohasida 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 qo'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 qo'yish;

- ichki turistik bozorda o'zaro raqobatni yanada kuchaytirish va boshqa tadbirlarni amalga oshirish muhim ahamiyatga egadir.

Turizm infratuzilmasini rivojlantirish O'zbekiston iqtisodiyoti uchun g'oyatda zarur bo'lib, uning imkoniyatlaridan kelib chiqib, turizm sohasi orqali aholining moddiy farovonligini yaxshilash, ularni ish bilan ta'minlash uchun yangi ish o'rinlarini tashkil qilish mumkin bo'ladi. Bu maqsadga erishish uchun hali amalga oshiriladigan ishlar ko'lami juda keng.

Xulosa

²⁰ Абдулқосимов Х. «Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш муаммолари ва истиқболлари». Магистрлик диссертацияси. ТДИУ 2005 . -54 б

Turizm siyosati davlatning umumiy iqtisodiy va tashqi aloqalar siyosatida muhim rol o'ynovchi omildir. Chunki davlatlar o'rtasidagi barcha aloqalarni rivojlantirishda turizm muhim rol o'ynaydi. Davlatning turizm sohasiga qiziqishga va e'tibor berishga bir qancha omillar ta'sir qiladi. Bular iqtisodiy, ijtimoiy, moddiy va atrof muhit omillari. Respublikamizda ushbu omillarning rivojlanishi uchun hukumat tomonidan bir qancha qonunlar, farmonlar chiqarilgan. Lekin ularning aksariyati hanzugacha hayotga tadbiq qilinganlari juda kamdir. Shuning uchun asosiy e'tiborni malakali xodimlarni tayyorlashga e'tibor qaratish zarurdir.

Nazorat savollari

1. Turizm siyosati nima?
2. Turizm iqtisodiy va ijtimoiy omillar nima?
3. Turizm madaniy va atrof-muhit 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 iqtisodiy muvaffaqiyati nimalardan iborat bo'ladi?
8. Davlatning turizm siyosatidagi o'rnini qanday bo'lishi kerak?
9. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishda qanday siyosat olib borilmoqda?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining «Turizm to'g'risidagi» qonuni. 1999 yil.
2. Лифиц И. М. Стандартизация, метрология и сертификация: Учебник. – М.: Юрайт-Издат, 2006. 336 с.
3. Козырев В.М., Зорин И.В., Сурин А.И. и др. Менеджмент туризма. Экономика туризма учебник (серия менеджмент туризма), - М.: Финансы и статистика, 2004. 253 с.
4. Борисов Ю.И., Сигов А. С., Нефедов В. И. Метрология, стандартизация и сертификация: Учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2005.

5. Абдулқосимов Х. «Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш муаммолари ва истиқболлари». Магистрлик диссертацияси. ТДИУ 2005 . -81 б
6. Основные показатели развития туризма в 2003 г. ВТО. Мадрид. 2004. 30 с.
7. Интернет сайтлари.
www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

7. Bob. Turizm infratuzilmasida sarmoyaning xususiyatlari

7.1. Turizm infratuzilmasida sarmoya tushunchasi

7.2. Turizmda sarmoya loyihalarining rivojlantirilishi

7.3. Turizmda sarmoya loyihalarini moliyalashtirish

7.1. Turizm infratuzilmasida sarmoya tushunchasi

Sarmoya ma'lum muddat ichida ishlab chiqarilgan mahsulot va xizmatlarning xususiy va davlat sektori tomonidan tugatilmagan va eksport qilinmagan shaklidir. Turizm sarmoyalarining xususiyatlari sababli barqaror sarmoya tushunchasini mikro - iqtisodiy darajada ham ko'rib chiqish kerak bo'ladi. Bu paytda barqaror sarmoya tovarlari, inshoot sarmoyalari, asbob uskuna, er va bino olinish 3 bo'limdan hosil bo'lmoqda. Faqat, turizm sektori sarmoyalari ham inshoot, usukuna va er vositalarini o'z ichiga olmoqdadir. Turistlarning tunash, ovqatlanish, hordiq chiqarish va tomosha qilish ehtiyojlarini oladigan muassasa, bino va uskunalarining hammasiga ajratilgan mablag'larga turizm sarmoyasi deyiladi. Bu tushuncha bilan, asosan yuqori tuzilish sarmoyalari qilib nomlantirilgan tunash korxonalari (mehmonxona motel, ob'ekt, kemping, dam olish joyi, pansionat, apart-mehmonxona) nazarda tutiladi. Sarmoya loyihasi asosi tushunchasidan turizm sarmoya loyihasi quyidagi shaklda izohlanadi. Mavjud va kelgusidagi turizm talabining bir qismini qondirish uchun, kirishuvchan va jamiyat foydasiga, iqtisodiy tamoyilga mos qilib tayyorlangan va formulaga solish, iqtisodga turizm bilan bog'liq mahsulot va xizmat taklif qilish maqsadini anglatgan loyihalarga "turizm sarmoya loyihasi" deyiladi. Turizm sarmoya loyihasi mavjud turizm potentsialini baholash, mahalliy va xorijiy turist talablarini qondirish, yangi tayyorgarlik imkoniyatlarni yaratish, mamlakatga valyuta kirishini ro'yobga chiqarib milliy rivojlanishga yordamchi bo'lish, tijoriy joyda foyda olish kabi maqsadlardan bir nechtasini ro'yobga chiqarish yuzasidan, tovar va xizmatlarni ishlab chiqarib sotish uchun turizm bo'limlarining qurilish va ishlatilishiga qaratilgan loyiha ishlarining yig'indisidir.

Turizm sektorida sarmoya loyihalari bevosita turizm muassasasi va korxonalari, boshqa iqtisodiy korxonalardan farqli bo'lgan ma'lum xususiyatlar tashiydilar. Sarmoya beruvchi shaxs yoki korxonalar bilan loyiha tuzuvchi va baholantiruvchi mutaxassislar sektorning bosh xususiyatlarini yaqindan bilishlari, sarmoya qarorlarining olinishidan

unumli harakat qilib qolmasdan, eng mos qarorlarga erishishda asosiy unurni hosil qiladi. Turizm sektorining tuzilishida mavjud bo'lgan dalillarning ko'pchiligi yuqori saviyalarda foyda olishlikning ro'yobga chiqishiga monelik qilmoqdadir. Turizm sarmoyalari ichida tunash korxonalari barqaror sarmoya miqdorining boshqa industriyalarga qaraganda juda ko'p ajratiladigan sarmoyalardir. Turizm sarmoyalardagi bu barqaror sarmoya qalinligi, barqaror baholar ko'pligi, xususan sarmoyaning rentabelligi jihatidan va sarmoya aylanish tezligi jihatidan ahamiyatli bir omildir.

Barqaror xarajatlarning yuqori bo'lishi. Turistik korxonalarda, xususan sarmoya qilingandan keyin boshqarish jarayonida, barqaror xarajatlarning asosiy xarajatlarning 70-80% nisbatigacha ko'tariladi. Buning asosiy sababi, energiya, ta'mirlash, personal, amortizatsiya, foiz va shunga o'xshash xarajatlarning chiziq to'liqligidan mustaqil bo'lgan davomiyligini ko'rsatish kerak. Barqaror xarajatlarning yuqori bo'lishi, rentabellik jihatidan ahamiyatli bir raqamdir va foydaga o'tish nuqtasining ijro va hajmi foydalanish miqdori munosabatini og'irlashtirmoqdadir. Turizm sarmoyasi boqimidan eng ahamiyatli xususiyat va kritik omil bu aloqadir. Quyi tuzilish muassasalari (yo'l, suv, elektr - energiya, kanalizatsiya, telefon va h.k). butunlay bo'lmagan joylarda qilingan turizm sarmoyasining foydali bo'lishi mumkin emas.

7.2. Turizm sarmoya loyihalarining rivojlantirilishi

Turizm sarmoya loyihalarini rivojlantirish omillari barcha bosqichlarda bo'lmoqdadir. Bu erda eng katta muammo quyi tuzilmaning qaysi nisbatida turizm sarmoyasi bilan to'g'ridan-to'g'ri bog'lanishda bo'lganidir. Biror turistik joy uchun qilingan havo maydoni (aeroport) ning kengaytirilishi, yangi bir quruqlik yo'lining qurilishi ayni vaqtda hamma mintaqa transportiga va boshqa sektorlarga foydali bo'lmoqtadir. Masalan: turistik muassasalar kompleksi uchun ro'yobga chiqarilgan suv va kanalizatsiya kanallaridan, kompleksning joylashish nuqtasidan shahar, tuman yoki qishloq aholisi ham foydalanadi. Turistik muassasalar barpo qilish uchun qilingan quyi tuzilma sarmoyasi boshqa sektorlarda va qo'shni tumanlarda ham foydalanilganidan turistik muassasalar qurilish sababi bilan ro'yobga chiqqan quyi tuzilma sarmoyasi tannarxini faqat muassasalar bilan bog'liq qurish va u muassasalarning tannarxiga qo'shish, tannarx hisoblarini bunga ko'ra yuritish, xususan, noto'g'ridir.

Aksincha, turistik muassasalar asosan shahar mehmonxonalari, shaharning mavjud hamma quyi tuzilish imkonlaridan foydalanmoqdalar. Faqat bu foydalanish mavjud bir davlat xizmati sarmoyasidan foydalanish chegarasidan o'tmaydi²¹.

Turizm talabining sarmoyaga ta'siri, har qancha sarmoya loyihalarining tayyorlanish bosqichida bozor vazifalarining ichkarisida o'rganilgan bo'lsa ham ko'pincha unumli bo'lmagan omillarga bog'liq bo'lgani uchun o'lchanish va baholantirilish ham qiyindir. Ichki va tashqi turizm talabi faqat daromad kabi iqtisodiy omillarning ro'l o'ynagani bir soha bo'lmasdan moda, ko'rgazma, iste'mol havosi, snobizm, ijtimoiy-psixologik omillar kabi bir nechta omil ham turizm talabining ta'sirchisidir.

Turizm bozorini mukammal o'rganish, havas anketalarini qo'llash, davomli bozor nazorati qilish shartdir. Turizm sektoridagi loyihalarining har qaysi bir sektor loyihasi kabi oddiy bir shaklda qo'lga olinmasligini bilish lozim. Shu sababli ham sektorlararo alternativ sarmoya loyihasini muhokama qilish murakkab. Turizm sarmoyasi loyihalarining milliy iqtisodiyotga bo'lgan ta'siri yuqori, hosil qilganlari korxona foydasini boshqa sektorlarga qaraganda juda kam qanoatlantiruvchi bo'lgani uchun bu loyihalarni baholashda alternativ loyihalar asosiy o'rin egallaydi va loyihalarining rag'batlantirish tadbirlaridan keraklicha foydalanishlari asos qilib olinadi. Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun jismoniy rejalashtirish ishlarining yuritilishida hisoblanmaydigan foydalar bo'lmoqdadir.

7.3. Turizmda sarmoya loyihalarini moliyalashtirish

Turizmda sarmoya loyihalarini moliyalashtirish manbalari turizm sarmoya loyihalari bajarilishining tekshirilishi uchun sarmoya loyihasi tahlil qilinadi. Rivojlantirish ishlarining yuzaga chiqargan natijalari ma'lum kriteriyalar jihatidan mezonlashtirish tahlili tobe tutiladi. Sarmoya loyihalarining moliyalashtirilishi tugatilgan loyihalarining tadbir qilish sohasiga qo'yilish yoki qo'yilmasligi qaror qilingan, sarmoya alternativlaridan qay birining tanlanishida makro va mikro iqtisodiy yo'nalishidan manfaatli bo'lishi aniqlangan bo'ladi.

Loyihani moliyalashtirish operatsiyasining ma'lum kriteriyalarga asoslanib yuritilishi, chiqariladigan qarorning to'g'riligi va manba ta'minlanishida eng samarali sohalarning belgilanishi majburiydir.

²¹ Жукова. М.Ж., Менеджемент в туристском бизнесе. Учебная пособие.- М. Финансы и статистика, 2005 -88с

Loyihani tayyorlagan kishi yoki guruh mavzuga odatlanganligi sababli qilingan xatolarni aynan qabul qilish va yangilash payida bo'ladi. Shu sababli, sarmoya loyihalarini moliyalashtiradigan kishi yoki guruh bilan tayyorlangan kishi yoki guruhning farqli bo'lishi mavzusi ustida talabchanlik bilan yoritilishi kerak har qancha turizmga baza yaratish, valyuta kirimini yaratish kabi funktsiyalarga ega bo'lsa ham bu xususiyatlar turizm sohasida qilinadigan har bir sarmoyaning munosib bo'lish yoki bo'lmasligini qaror bera olish uchun etarli emasdir. Shu sababli turizm sarmoya loyihalarining hosil qiladigani foydalar bilan keltiradigani tannarxlarning qiyoslanish yo'liga ketilishi kerak.

Industriya loyihalarining moliyalashtirilishida qo'llanilgan uslublari turizm sarmoyasi loyihalarini moliyalashtirish uchun ham joriy qilinadi. Turizm loyihalarining moliyalashtirilishi uchun kerakli ma'lumotlar. Turizm sarmoya loyihalarining moliyalashtirilishi uchun oldin bozor izlanishlari aniqlangan to'liqlik nisbatlari bilan loyihada qo'llaniladigan narxlarining sog'lom va ishonchli soliqlarga tayanib - tayanmasligi nazorat qilinishi kerak. Turizm sarmoya loyihalari ma'lum bir tovar yoki xizmat ishlab chiqarilishiga ta'minlanishi ko'zlangan manbalarning iqtisodiy va moliyaviy tomondan avantajli bir ta'minlanish bo'lish - bo'lmasligini ko'rsatishi yuzasidan ro'yobga chiqarilmoqdadir.

Xulosa

Sarmoya ishlab chiqarilgan mahsulot va xizmatlarning xususiy davlat sektori tomonidan tugallanmagan va eksport qilinmagan shakli bo'lganligi uchun ham uni mikroiqtisodiy darajada ham ko'rib chiqish kerak bo'ladi. Hozirgi paytda Respublikamizdagi turistik korxonalarga investitsiyalar keng jalb qilinmoqda. Bular asosan xorijiy investorlar tomonidan ajratilmoqda. Bu shuni ko'rsatadiki, hozirgi kunda mamlakatimizdagi siyosiy barqarorlik alohida ahamiyatga egadir.

Nazorat savollari

1. Turizm sarmoya nima?
2. Turizm sarmoya loyihasi nima?
3. Turizm barqaror sarmoya nima?
4. Turizm loyihalarini rivojlantirish bosqichlariga nimalar kiradi?
5. Turizm talabining sarmoyaga ta'siri qanday?

6. Turizmda sarmoya loyihalarini moliyalashtirish manbalariga nimalar kiradi?
7. Turizm investitsiyasi jihatidan eng ahamiyatli xususiyat va kritik omil nima?
8. Turizm sohasiga investitsiya ajratishda davlat tomonidan qanday imtiyozlar belgilanadi?
9. Turistik tashkilot va muassasalarga investitsiya ajratishda Butunjahon turistik tashkilotining roli qanday?
10. O‘zbekistonda turizm sohasiga investitsiya ajratuvchi tashkilotlarga qanday imtiyozlar joriy qilingan?

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining 8-avgust 1998 yildagi №346 “Turistik tashkilotlar faoliyatini takomillashtirish haqidagi” qarori.
2. Козырев В.М. , Зорин И.В., Сурин А.И.и др. Менеджмент туризма Экономика туризма учебник (серия менеджмент туризма), -М.: Финансы и статистика, 2004. 253 с.
3. Жукова. М.Ж., Менеджемент в туристском бизнесе. Учебная пособие.- М. Финансы и статистика, 2005 -288стр.
4. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. - М.: Финансы и статистика, 2005 г. 340 с.
5. Tourism: 2020 vision, Madrid, 1997, 21стр.
6. Интернет сайтлари.
www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции
www.travel-library.com – Электронная библиотека путешествий

8.Bob. Turistik faoliyatni litsenziyalash

8.1.O‘zbekistonda turistik faoliyatni litsenziyalash tartiblari

8.2.Xorijiy davlatlarda turistik faoliyatni litsenziyalash

8.1.O‘zbekistonda turistik faoliyatni litsenziyalash tartiblari

Turistik firmaning turizm sohasidagi faoliyatining zaruriy sharti - unda litsenziya (ruxsatnoma)ning mavjudligidir. Turizm faoliyatini litsenziyalash turizmni tartibga solishning muhim bo‘g‘inidir. O‘zbekistonda turizmni litsenziyalash 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 litsenziyalanadigan faoliyat turlariga kiritilgan edi. Shu jumladan, Vazirlar Mahkamasining 1994 yil 19 apreldagi 215- sonli qarori bilan litsenziyalanishi lozim bo‘lgan ba’zi bir faoliyat turlari joriy etildi (shu jumladan, turizm sohasida ham) va litsenziyalarni berilishini rasmiylashtirishga doir umumiy nizom ham tasdiqlandi.

Litsenziyalash usullarini sinovdan o‘tkazib borish, qonunchilik bazasining o‘zgarishi, tahlil qilish va hal etishni talab qiladigan muammolarning vujudga kelishi bilan 1998 yili “O‘zbekiston Respublikasida turizm faoliyati bilan shug‘ullanish uchun ro‘yxatdan o‘tish va litsenziya berish qoidasi” yangi tahriri kuchga kiritildi²². Ushbu qoida mulkchilik shakli va idoraviy mansubligidan qa’tiy nazar yuridik shaxs maqomiga ega bo‘lgan va turizm sohasiga amaldagi qonunchilikka muvofiq faoliyat yuritayotgan korxona, birlashma va tashkilotlarni ro‘yxatdan o‘tkazish va ularga litsenziya berish tartibini belgilab beradi. Yangi bosqichdan turizm sohasida faoliyat ko‘rsatadigan ishtirokchilariga talab

kuchaytirildi. Shuningdek litsenziyalarning bekor qilinishini (chaqirib olinishini) nazarda tutuvchi holatlar belgilandi. Turizm faoliyati bilan shug‘ullanish uchun litsenziya “O‘zbekturizm” Milliy Kompaniyasi tomonidan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi komissiya qarori asosida beriladi. Turizm faoliyati bilan shug‘ullanish uchun litsenziya 5 yil muddatga beriladi. Litsenziya berilganligi uchun

²² Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида туризм фаолияти билан шуғулланиш учун рўйхатдан ўтиш ва лицензия бериш қоидаси». Халқ сўзи. 1998 йил

respublikadagi eng kam ish haqqining 25 barobari miqdorida litsenziya yig'imi to'lanadi. Litsenziya yig'imi to'lovidan kelib tushadigan mablag'lar "O'zbekturizm" Milliy Kompaniyasi huzuridagi turizmni rivojlantirish markazlashtirilgan fondiga yo'naltiriladi.

Hozirgi vaqtda o'tish davri iqtisodiyotini boshidan kechirayotgan O'zbekistonda nafaqat iqtisodiy islohotlar amalga oshirilmoqda, shu bilan birga jamiyatning o'zi ham o'zgarishlar jarayonini boshidan kechirayapti. Ushbu shart-sharoitda 1999 yil 20 avgustda "Turizm to'g'risida"gi qonunning qabul qilinganligi alohida ahamiyatga egadir. Unga ko'ra mazkur qonunning 8-moddasida turistik faoliyatni litsenziyalash turistik faoliyat litsenziya asosida amalga oshiriladi deyilgan. Turistik faoliyatni litsenziyalash tartibi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi deb yozilgan²³. Misol uchun, Butunjahon turistik tashkilotida bu borada dunyoning turli xil mamlakatlarida turizm sohasini tartibga solish bo'yicha ishlab chiqilgan qonunchilik va boshqa me'yoriy xujjatlarga doir juda boy axborot to'plangan. Iste'molchini turizm mahsuloti sifatini belgilovchi tartib va qoidalarining muayyan majmuini qo'llash orqali himoya qilish mumkin. "Bu esa, muayyan natijalarga erishish yo'llarini belgilash bilan cheklanib qolmay, ayni paytda ularga erishish majburiyatini ham zimmaga yuklaydi. Yuqorida qayd etilganlardan kelib chiqqan holda, kelajakda O'zbekiston turistik mahsulotining sifati ko'p hollarda Xususiy Turistik Tashkilotlar uyushmasi faol va tashkiliy jihatdan uyushgan faoliyatiga bog'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 shug'ullana boshlashi albatta maqsadga muvofiq emas edi. Hozirgi bosqichda ushbu faoliyat sohasidagi tadqiqotlar va amaliyotdan kelib chiqqan holda Butun Jahon Turistik Tashkilotining "Turizm sohasidagi faoliyat turlarini xalqaro tasniflash andozalari"ga muvofiq holda ushbu sohadagi faoliyat turlarini alohida ko'rsatgan holda umumiy litsenziyalash tizimini joriy etish zarurligi maqsadga muvofiqdir.

²³ Ўзбекистон Республикасининг "Туризм тўғрисидаги" қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.

8.2.Xorijiy davlatlarda turistik faoliyatni litsenziyalash qoidalari

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

Ko'pchilik mamlakatlarda, turagent va turoperator faoliyatini tartibga solishda farqlar mavjud. Jumladan, rivojlangan mamlakatlarning turizm amaliyotida turoperatorlik va turagentlik faoliyatni litsenziyalashda litsenziya yig'imi miqdori, tavakkalchiliklarni sug'urtalash tizimi, ushbu sohada muayyan ma'lumotga ega bo'lishga doir talablarda farqlanish mavjud. Ushbu faoliyat turlarining belgilangan farqlari, maqsad va vazifalari, mijoz bilan o'zaro hamkorlik qilish tartibidan kelib chiqqan holda ushbu korxonalarni litsenziyalashga ham turlicha uslubiy yondashuv amalga oshiriladi.

Turizm sohasini litsenziyalashga doir faoliyatni tashkillashtirilishini tahlil qilish natijasida jahon tajribasi va Butunjahon Turistik Tashkilotining ba'zi bir tavsiyalaridan kelib chiqqan holda turizmni davlat tomonidan tartibga solinishi yuzasidan ba'zi bir mulohazalarni bildirish maqsadga muvofiqdir. Jumladan turizm faoliyat sohasi sifatida uchta tomon ishtirok etadi:

1. Turistik mahsulot va xizmatlarni iste'mol qiluvchi turistlar;
2. Turistik mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqaruvchi va sotuvchi turistik firmalar (ushbu holatda turistlarga xizmat ko'rsatishga u yoki bu munosabatda bo'lgan barcha tashkilotlar);
3. Turizm faoliyatini litsenziyalash bilan shug'ullanuvchi shuningdek tegishli ma'muriy-huquqiy va boshqa vazifalarni amalga oshiruvchi (pasport, viza, chegara, bojxona, sanitariya-epidemiologiya va h.k.) davlat idoralari.

Ushbu uchta tomonlar: “Turistlar” - “Turistik firmalar” - “Davlat” o‘zaro munosabatlarida bir “Uchburchak”ni tashkil etadilar. Jahonning har qanday davlatida ushbu “Uchburchak” har bo‘g‘inining ya’ni “Turistlar-turistik firmalari”, “turistik firmalar-davlat”, “turist- davlat” o‘zaro munosabatlari tegishli qonunchilik bilan tartibga solinadi. Masalan, O‘zbekistonda bular jumlasiga “Korxonalar to‘g‘risida”, “Iste’molchilarning huquqlarini himoyalash to‘g‘risida” va boshqa qonunlarni kiritish mumkin. Asta-sekinlik bilan ushbu qonunchilik yanada aniqlashtirilib va to‘ldirilib borilmoqda. Sof holatda yuqorida qayd etilgan qonunlar o‘zaro munosabatlarining har bir elementi huquqiy me’yorlar bilan tartibga solinishi lozim. Lekin, qancha davlat bo‘lsa, shuncha o‘ziga xos jihatlar ham mavjuddir. Amalda, har bir davlatda qayd etilgan “uchburchak” ning u yoki bu tomoniga alohida e’tibor qaratgan holda turizmni tartibga solish yuzasidan o‘z yondashuvlari ishlab chiqilgan.

Ko‘pchilik xorijiy mamlakatlarda asosiy e’tibor “turistik firma-davlat” munosabatlarini tartibga solishga yo‘naltirilgan. Bu hol, avvalombor, turistik faoliyatni litsenziyalash shaklini, ya’ni davlatning yuridik shaxslariga berilgan muayyan ruxsatnomasi bilan amalgam oshiriladi. Lekin bundan litsenziya berish jarayonining alohida ahamiyat kasb etmaydi (ushbu ruxsatnomani olish qiyinligi va osonligidagan qa’tiy nazar). Turizm faoliyatining litsenziyada ko‘rsatilgan va ko‘rsatilmagan boshqa shartlarini to‘liq bajarilishini nazorat qilib boradigan davlat mexanizmining rivojlanganligi va samarali faoliyat yuritishi va tegishli hollarda o‘rnatilgan tartibga rioya qilinishini ta’minlash uchun zaruriy chora tadbirlarni ko‘rishi muhim ahamiyatga egadir. Zero, bunday mexanizm mavjud bo‘lmagan holda litsenziyalash turistik mahsulot sifati ustidan nazorat qilish imkoniyatiga ega bo‘lmaydi.

Bir qator mamlakatlarda (masalan, Angliya, Germaniya) “litsenziyalash” atamasi qonunchilikda mavjud emas. Turistik firmalarga ularning mijozlar oldidagi moliyaviy fan boshqa masalalar, rahbarlar va xodimlarni kasbiy tayyorlash, turistik firmalar hamda turistlarning o‘zini sug‘urtalash yuzasidan javobgarligi bo‘yicha qo‘yilayotgan davlat talablari odatda juda qa’tiy bo‘ladi. Ushbu mamlakatlarda, asosiy e’tibor “turistik firma” “uchburchagi” yo‘nalishni tartibga solishga qaratiladi va iste’molchi-turistlarning huquqlarini eng yuqori darajada himoyalash va turistik firmalarning turistik mahsuloti va boshqa xizmatlar sifatini muntazam ravishda oshirib borishga yo‘naltiriladi. Sifatsiz turistik mahsulot iste’mol qilinganda yoki alohida xizmatlar qoniqarsiz bajarilgan holatlarda, norozi turistga tur qiymatining ancha qismi tovon tarzida

to‘lanadi. Fikrimizga ko‘ra, turizmni tartibga solishning xuddi shu shakllari, turistik mahsuloti umumiy sifatini oshirish va turistlar huquq va manfaatlarini himoyalash, shuningdek, turizm sohasini umuman tartibga solishning eng samarali vositalaridan biridir. Turistik mahsulot sifatini oshirish maqsadida mazkur qoidalarining joriy etilishi, turizm bozorini muayyan darajada rivojlantirishni, mukammal qonunchilik, birinchi navbatda ushbu sohada me‘yorga keltirilgan andozalar va turistlarga xizmat ko‘rsatishga doir boshqa aniq belgilab qo‘yilgan qoidalar mavjud bo‘lishini talab etadi²⁴.

Xulosa

Turistik firmalar faoliyatini zaruriy sharti undagi litsenziyaning mavjudligidir. Respublikamizda turizmni litsenziyalash bir necha yillardan beri amalga oshirilib kelinmoqda. Turizm bilan shug‘ullanish uchun litsenziya faqat “O‘zbekturizm” M.K. va Vazirlar Mahkamasi huzuridagi komissiya qarori asosida beriladi. Litsenziya berilganligi uchun eng kam ish haqining 25 barobari miqdorida yig‘im to‘lanadi. Yig‘im “O‘zbekturizm” M.K huzuridagi turizmni rivojlantirish fondga yo‘naltirilgan. Hozirda ko‘pchilik litsenziyasi bor kishilar bir vaqtning o‘zida turoperatorlik va turistik faoliyat bilan shug‘ullanishlari maqsadga muvofiq emas. Shuning uchun jamoat tashkilotlaridan turizm sohasidagi faoliyat turlarini xalqaro tasniflash andozalariga muvofiq holda umumiy litsenziyalash tizimini joriy etish zarurligi maqsadga muvofiqdir.

Nazorat savollari

1. Turistik litsenziya nima?
2. O‘zbekistonda turistik litsenziya berish qachondan boshlangan?
3. Turistik narxlarni litsenziyalash qanday tartibda amalga oshiriladi?
4. 1998 yilda O‘zbekistonda qanday qoida qabul qilindi?
5. Turizm sohasini litsenziyalashda BTT qoidalari nimalardan iborat?
6. Germaniyada turistik litsenziyalash usullari qanday?
7. Buyuk Britaniyada litsenziyalash usullari qanday?
8. Qanday hollarda turistik korxonalar litsenziyadan mahrum etiladi?
9. Hozirgi kunda respublikamizda qancha tashkilot turistik litsenziyaga ega?

²⁴ Дехтярь Г. Лицензирование и сертификация в туризме. Учебное пособие.- М.: Финансы и статистика, 2005 г. 79 с.

10. Litsenziya 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 mahkamasining «O‘zbekiston Respublikasida turizm faoliyati bilan shug‘ullanish uchun ro‘yxatdan o‘tish va litsenziya berish qoidasi”. Xalq so‘zi. 1998 yil
3. Лицензирование и сертификация в туризме. Учебное пособие Дехтярь Г.- М.: Финансы и статистика, 2003 г. 79-86 с.
4. Гуляев В.Г. «Правовое регулирование туристкой деятельности». М.: Финансы и статистика, 2005.-233 -236 с.
5. Лифиц И. М. Стандартизация, метрология и сертификация: Учебник. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт-Издат, 2006. - 6-69 с.
6. Жукова. М.Ж., Менеджемент в туристком бизнесе. Учебная пособие М
Финансы и статистика, 2005 -88-93 с.
7. Интернет сайти.
www.interunion.ru – туристские ассоциации

XULOSA

Hozirgi kunda turizm infratuzilmasi jahon iqtisodiyotining etakchi tarmoqlaridan biri bo'lib, mamlakat iqtisodiy rivojlanishida katta ahamiyatga ega. Bu sohada rivojlangan davlatlarda juda katta bunyodkorlik ishlari amalga oshirilmoqda. Shu sababli turizmni rivojlantirishda ilg'or mamlakatlar modelidan foydalanish va ular erishgan yutuqlarni respublikamiz turizmiga tadbiq etish yo'llarini o'rganish lozimdir. Shundan kelib chiqqan holda turizm sohasida davlat boshqaruvi funktsiyasi sifatidagi rejalashtirishning samaradorligi, uni tuzishda quyidagi tamoyillardan foydalanganligiga bog'liq bo'ladi:

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

60-yillarda jahon turizmida operativ tadqiqot degan uslub keng tapqalgan edi. Bu erda zamonaviy turizm modellarini (navbatlar, o'yinlar nazariyasi, imitatsia modellari) muammoni tahlil qilish va qaror qabul qilish uchun foydalanish nazarda tutiladi.

U yoki bu modelni tadbiq qilish jarayonida qo'llanilishi ob'ektiv axborotning to'planganligi va tahliliga bog'liq. Turizmda eng dolzarb muammolardan biri, axborot boshqapuv kanallariga etarli hajmda va kerakli vaqtda kelishi zarurdir. Bu eng muhim erishuv hisoblanadi. Agarda axborot kerakli vaqtda etib kelmasa bozorda katta yo'qotishlarga olib kelinishi mumkin.

Turizmning milliy modelini yaratishda boshqaruv asosiy o'rin tutadi. Shuning uchun ham menejmentni jahon talablari darajasiga etkazishda quyidagi omilar dolzarb hisoblanadi:

- 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;

- jahon bozorida talab katta bo'lgan xalqaro turistik yo'nalishlarni yo'lga qo'yishda va ishlab chiqishda qatnashish:
- milliy urf odatlar va tarixiy arxitektura yodgorliklarini asl ko'rinishda saqlab qolishga erishish:
- milliy turistik mahsulotlarni yagona markaga birlashtirish:
- turizm sohasi uchun malakali mutaxassislarni tayyorlashni takomillashtirishdan iborat bo'lishi kerak.

Jahonning 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 holat normal hisoblanib hozirda dunyo turizmda bunday ko'rinishlar mavjud, lekin zamonaviylashgan boshqaruv bozor-monetar boshqarish va turistik faoliyatni tartibga solish hozirda Yaponiya, Frantsiya va Italiya kabi turizmi rivojlangan mamlakatlarda yo'lga qo'yilgan. Turizm sohasida markazlashgan modeldan, bozor-manetar modeliga o'tish uchun birinchi bosqichdan ichki va tashqi turizmda tizimlar yordamida chuqurlashish va makro darajada o'zgarishlar qilish kerak bo'ladi.

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

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

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

I. O‘zbekiston Respublikasi qonunlari

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. -T.: O‘zbekiston. 2008 yil.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risidagi” qonuni. Xalq so‘zi / 1999 y. 20 avgust.

II. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonlari va Qarorlari

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995 yil 2 iyundagi 1162 raqamli ”Buyuk Ipak yo‘lini qayta tiklashda O‘zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada Xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora –tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni. //Xalq so‘zi, 1995 yil 3-iyun.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekturizm” MKsining tashkil topishi” to‘g‘risidagi farmoni № PF-447. //Xalq so‘zi. 1992. 27 iyul.
- 5 O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining №346 1998 yil 8 avgustda qabul qilingan “Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish to‘g‘risida”gi farmoyishi. //Xalq so‘zi, 1998 yil 9 avgust.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 17 maydagi “Xizmat ko‘rsatish va servis sohasini 2006-2010 yillarda rivojlantirish haqida”gi PQ-325-sonli qarori.
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2007 yil 21 maydagi “O‘zbekiston Respublikasida 2010 yilga qadar xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar haqida”gi PQ-640-sonli qarori.

III. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi Qarorlari va O‘zbekiston Respublikasi vazirliklarining huquqiy- me‘yoriy hujjatlari

8. Sayyohlarining O‘zbekiston Respublikasiga kelishi va ketishi tartibi to‘g‘risidagi nizom. “O‘zbekturizm” MK. 13.09.2004 yil 23-son.
9. “Turizm faoliyatini lisenziyalash to‘g‘risida”gi nizom. 2003 y №-497.

IV. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti asarlari

10. I. Karimov. Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. .”Xalq so‘zi”, 2011 yil 22 yanvar.

11. I.A.Karimov. “Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish kontseptsiyasi”. “Xalq so‘zi” gazetasi, 2010 yil, 13 noyabr.
12. I.A.Karimov. Asosiy vazifamiz – Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligi yanada yuksaltirishdir. – Toshkent: «O‘zbekiston», 2010. – 80 b.
13. I.A.Karimov. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari. /-T.: O‘zbekiston, 2009.-56 b.
14. Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo‘lini izchil davom ettirish - taraqqiyotimizning muhim omilidir. – Prezident Islom Karimovning O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 18 yilligiga bag‘ishlangan tantanali marosimdagi ma’ruzasi. // Xalq so‘zi, 2010 yil 8 dekabr.
15. Karimov I.A. Erishilgan yutuqlarni mustahkamlab, yangi marralar sari izchil harakat qilishimiz lozim. Xalq so‘zi, 2006 yil 11 fevral.

V. Darsliklar

16. Alieva M.T. Mehmonxona menejmenti. Darslik. - T: TDIU. 2010. -275 b.
17. Борисов Ю.И, Сигов А.С, Нефедов В.И. Метрология, стандартизация и сертификация. Учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФРА – М. 2005.
18. Кабушкин Н. И.. Менеджмент туризма. – М.: Новой знание. 2005.- 644 с.
19. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. - М.: Издательский дом Герда. 2006. – 512 с.
20. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности. - М.: Финансы и статистика. 2005. – 304 с.
21. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. - М.: Финансы и статистика. 2005. - 480 с.
22. Козырев В.М, Зорин И.В, Сурин А.И. Менеджмент туризма. Экономика туризма. Учебник (серия менеджмент туризма), (ГРИФ). - М.: Финансы и статистика. 2004. – 253 с.
23. Улицкий М.П. Оценка стоимости транспортных средств. Учебник. – М.: Финансы и статистика. 2005. – 304 с.
24. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 415с.

25. Medlik, Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Printed and bound in Great Britain by Biddles Ltd -3rd ed, 2003.-256б.
26. Brassington, F. and Pettit, S. Principles of Marketing. 2nd ed, Prentice-Hall, 2002 -255б.
27. Wright, L.T and Crimp, M. The Marketing Research Process. 5th ed., Financial Times/Prentice-Hall, 2002 -240б.
28. Richard Sharpley and David J. Telfer, Tourism and Development: Concepts and Issues, Printed and bound in Great Britain by Cambrain Printers Ltd. 2002 300б.

VI. O‘quv qo‘llanmalar

29. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning “Mamlakatimizni modernizatsiya qilish va kuchli fuqarolik jamiyatni barpo etish – ustuvor maqsadimizdir” hamda “Asosiy vazifamiz – Batanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonlirini yanada yuksaltirishdir” nomli ma’ruzalarini o‘rganish bo‘yicha O‘quv-uslubiy majmua. – Toshkent: Iqtisodiyot. - 2010. – 340 b.
30. A.Abduvohidov, F.Qutlimurotov. - Turizm iqtisodi. - O‘quv qo‘llanma. - TDIU, 2007 y. - 121 b.
31. F.Qutlimurotov. - Turizm infratuzilmasi. - O‘quv qo‘llanma. - TDIU, 2007 y. - 117 b.
32. Боголюбов В.С. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: Академия. 2005. - 192 с
33. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. - М.: Финансы и статистика. 2005. 248 с.
34. Гвозденко А.А. Страхование в туризме. Учебное пособие. - М.: Академия. 2005. -245 с
35. Дехтярь Г. Лицензирование и сертификация в туризме. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика. 2003. - 185 с.
36. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. – М.: КНОРУС. 2005. – 496 с.
37. Жукова М.Ж. Менеджемент в туристском бизнесе. Учебная пособие. – М.: Финансы и статистика. 2005. – 288 с.
38. Alieva M.T va boshq. Turizmni rejalashtirish. – T.: TDIU. 2007. - 167 b.
39. Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять тени. – Т.: Ипак «Шарк» 2005. - 230 б.
40. Мирзаев Р. Туристические жемчужины Узбекистана. – Т.: Ипак «Шарк» 2005. – 38 б.

41. Оробейка У.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания: Рестораны и бары. Учебное пособие. - М.: Альфа. - М; ИНФРА-М. 2006. - 302 с.

42. Сенин В.С, Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика. 2006. - 144 с.

43. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003 -106.

44. Gee Ch. Y., Makens J.C., Chey D. The Travel Industry. 3d. Wdit. - New York John Wiley Sons Inc. 2003.

45. Hospitality, Tourism and heisure Management: Issues in Streegy and Culture. London, 2003.

VII. Gazeta va jurnallar

46. Iqtisodiyot va ta'lim.

47. Jamiyat va boshqaruv.

48. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi.

49. Xalq so'zi gazetasi.

50. Turkiston gazetasi.

VIII. Statistik malumotlar to'plamlari

51. Основные показатели развития туризма в 2008 г. ВТО. Мадрид. 2008. 32 с.

52. Tourism: 2020 vision, Madrid, 1997, 21стр.

IX. Internet saytlari

www.peugeotufa.ru – цены услуг

www.interunion.ru – туристские ассоциации

www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции

www.travel-library.com – Электронная библиотека путешествий

Atamalar lugʻati

1. Arxeologiya - xalqlarning va millatlarning saqlanib qolgan tarixiy va madaniy yodgorliklari yordamida inson jamiyatining oʻtmishini oʻrganuvchi fan.
2. Arxitektura - qurilish sanʼati, qurilmaning xarakteri va shakli, badiiy bezagi.
3. Botel - unchalik katta boʻlmagan suvdagi mehmonxona. Jihozlangan qulayliklarga ega boʻlgan kema.
4. Butundunyo turistik tashkiloti (BTT) - hukumatlararo tashkilot (1975 yilda tashkil topgan) boʻlib, turizmning rivojlanishiga koʻmaklashadi, 170 dan ortiq aʼzosi bor.
5. Diller- turistik xizmatlarning oldi-sottisi bilan shugʻullanuvchi turistik firmalar, koʻpincha ular oʻz hisobidan va oʻzining nomidan ish olib borishadi.
6. Vaucher - koʻrsatiladigan asosiy xizmatlarning (mehmonxonada toʻxtash, ovqatlanish, transport va b.) haqqi toʻlanganligini tasdiqlovchi hujjat.
7. Investitsiya - daromad olish maqsadidagi uzoq muddatli kapital qoʻyilmalar.
8. Investitsiyalash - turistik faoliyat obʼekti yoki tadbirkorlik loyihasiga maʼlum shartnomada aytib oʻtilgan shartlarda investitsiyani amalga oshirish.
9. Imidj - firmaning bozordagi obroʻsi.
10. Ichki turizm - bir mamlakat fuqarolarining oʻz hududlari chegarasida amalga oshiradigan turizmi.
11. Kemping - shahar chekkasida moteldan uzoq boʻlmagan erda joylashgan boʻladi. Avtoturistlar, mototuristlar va veloturistlar uchun qulaylik yaratilgan boʻladi. Turistlarga yotish uchun xona beriladi, koʻpincha palatka yoki yozgi uyachalar va baʼzi qulayliklari bilan jihozlangan oshxonalarda maxsus taomlarni tayyorlash mumkin.
12. Motel - avtoturistlar uchun mehmonxona. Qulay nomerlardan tashqari turistlarga avtomashinalarini turar joylari bilan ham taʼminlanadi. Odatda motellarda restoran, bar, kino-videofilmlar koʻrish, konferentsiya zallari, sport bilan shugʻullanish va oʻyin maydonlari, basseyn, tennis kortlari ham xizmat koʻrsatadi.
13. Pansionat - bu erkin shaklda, qurilish paytida mehmonxona sifatida barpo etilmagan uylardir. Pansionlar 10-20 kishiga moʻljallanadi.

14. «Rotel» - harakatlanuvchi mehmonxona, vagon ko‘rinishidagi 1 yoki 2 o‘rinli nomerga ega bo‘lgan, kiyinish xonasi, umumiy ovqatlanish, umumiy hojatxonaga ega bo‘lgan mehmonxona.
15. Turistik baza - bu turistik majmua bo‘lib, uning tarkibiga turistlarni qabul qilish va joylashtirish binosi hamda faol dam olishni ta‘minlovchi xizmatlar kiradi. Turistik bazalar asosan faol turizm bilan shug‘ullanuvchi turistlarni qabul qiladi. Ularga alpinistlar, suv, chang‘i sporti bilan shug‘ullanuvchilar va boshqalar kiradi.
16. Turistik uy - faol harakatdagi turistlarni qisqa muddat dam olishi uchun mo‘ljallangan boshpanadir. Bular asosan tog‘ yonbag‘rida joylashgan bo‘lib shart-sharoitlari minimal darajada bo‘ladi.
17. Turist - o‘z qiziqishlarini qondirish maqsadida 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 xalq xo‘jaligining turli sohalari yig‘indisi.
20. Turizm Xartiyasi - xalqaro turizmning rivojlanishi haqidagi qonun, BTT Bosh assambleyasi tomonidan 1985 yili 6-sessiyasida qabul qilingan.
21. Flotel - suzib yuruvchi mehmonxona kemasi. Suvdagi ulkan otel, maxsus jihozlangan 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.