

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI  
OLIV VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI**

**Sayfutdinov Sh.S., Nurfayziyeva M.Z., Xalimova F.N.**

**TURIZM: NAZARIYA VA AMALIYOT**

*O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus, kasb-hunar ta‘limi o‘quv-  
metodik birlashmalari faoliyatini Muvofiqlashtiruvchi Kengash tomonidan 5610200 –  
Mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish va boshqarish va 5610300 - “Turizm (faoliyat  
yo‘nalishlari bo‘yicha)” ta‘lim yo‘nalishlari talabalari uchun o‘quv qo‘llanma  
sifatida tavsiya etilgan.*

**TOSHKENT – «IQTISODIYOT» – 2019**

**MUNDARIJA**

<b>KIRISH</b>	6
<b>1-BOB. «TURIZM: NAZARIYA VA AMALIYOT» FANINING MAQSADI VA VAZIFALARI</b>	8
1.1. «Turizm: nazariya va amaliyot» fanining maqsadi va vazifalari	8
1.2. O‘zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari	9
<b>2- BOB. SAYOHATCHI VA TURIST HAQIDAGI TUSHUNCHALARNING MOHIYATI</b>	14
2.1. Turizm tushunchasi va uning shakllanishi	14
2.2. Zamonaviy turizm asoschisi Angliyalik Tomas Kukninig faoliyati	15
2.3. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar	16
2.4. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog‘liq sayohatlari	19
<b>3- BOB. TURIZM TURLARI VA SHAKLLARI</b>	25
3.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari	25
3.2. Turizm turlari	28
3.3. Rejaga asoslangan guruhli va individual turizm	30
3.4. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari	32
<b>4- BOB. TURIZM SOHASINING RESURLARI</b>	35
4.1. Turizm resurslari tushunchasi	35
4.2. Turizm resurslarining guruhlanishi	36
4.3. Ijtimoiy – iqtisodiy va turistik axborot resurslari	38
4.4. Turistik resurslar va turistik akvatoriya	40
<b>5- BOB. TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA O‘ZBEKISTONDAGI TARIXIY SHAHARLARNING AHAMIYATI</b>	42
5.1. O‘zbekiston turizmini rivojlantirishda tarixiy shaharlarning o‘rni	42
5.2. O‘zbekistonning tarixiy va arxitektura yodgorliklariga ega bo‘lgan shaharlari	43
5.3. O‘zbekistonning YuNESKO ro‘yxatidagi tarixiy shaharlari	45
5.4. Xiva va Shahrisabz	47
<b>6- BOB. TURIZM SOHASIDAGI XIZMATLAR VA MAHSULOTLARI</b>	51
6.1. Turistik xizmatlar	51
6.2. Turistik mahsulotlar	53
6.3. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To‘rtta S» bilan	55

ifodalanishi	
6.4. Xizmat ko'rsatish klasslari va xizmatlar paketi	57
<b>7- BOB. TURIZM SOHASIDA JOYLASHTIRISH XIZMATLARI</b>	61
7.1. Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari	61
7.2. Mehmonxona ko'rsatiladigan qo'shimcha pullik xizmatlar	63
7.3. Mehmonxonalarining asosiy turlari	65
7.4. Mehmonxonalarni tasniflash tizimlari	67
<b>8- BOB. TURIZM SOHASIDA OVQATLANTIRISH XIZMATLARI</b>	70
8.1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari	70
8.2. Turistlarga ovqatlanish xizmatlarini ko'rsatish	72
8.3. Turizm sohasida ovqatlantirish subyektlari tasnifi	73
8.4. Turizm sohasida ovqatlantirish subyektlari turlari	74
<b>9- BOB. TURIZM SOHASIDA TRANSPORT XIZMATLARI</b>	80
9.1. Turizmda transport xizmatlarining mohiyati	80
9.2. Turizm sohasida transport vositalari	82
9.3. Turizmda transport xizmatlari turlari va qulaylik darajalari	83
9.4. Havo transportida yo'lovchi tashishni tartibga solishning huquqiy asoslari	84
9.5. Xalqaro avia tashuvlarda asosiy turistik hujjatlarining muhimligi	85
9.6. "O'zbekiston Havoyollari" MAK tarixi va rivojlanishi	89
<b>10- BOB. GID-EKSKURSIYA XIZMATLARINI AMALGA OSHIRISH JARAYONLARI</b>	92
10.1. Turistik-ekskursiya xizmatlarining asoslari va huquqiy me'yorlari	92
10.2. Gid-ekskursiyachi xizmatlarining mohiyati va tasnifi	93
10.3. Yangi gid-ekskursiya xizmatlarini tayyorlash texnologiyalari	95
10.4. Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini baholash metodikalari	97
<b>11- BOB. TURIZM MARSHRUTLARINI ISHLAB CHIQISH JARAYONI</b>	100
11.1. Turizm marshrutlarining turlari va tasnifi	100
11.2. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish bosqichlari va texnologik haritasini tuzish	102
11.3. Turlarni shakllantirishda xizmat ko'rsatish dasturini tayyorlash jarayoni	106
11.4. Turistik marshrut tavsifi	108

<b>12-BOB. TUROPERATORLIK XIZMATLARINI TASHKIL ETISHDA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI</b>	110
12.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi tushunchalarining mohiyati	110
12.2. Turoperatorlar va ularning faoliyati	112
12.3. Turistik agentliklar va ularning faoliyati	114
12.4. O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari	116
<b>13- BOB. EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI</b>	118
13.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari	118
13.2. Ekologik turizmning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'rni	120
13.3. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari	123
13.4. O'zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari	125
<b>14- BOB. GASTRONOMIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI</b>	128
14.1. Gastronomiya turizmining maqsadi va vazifalari	128
14.2. Gastronomiya turizmining turlari	130
14.3. O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish	132
<b>XULOSA</b>	135
<b>GLOSSARIY</b>	137
<b>FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI</b>	143

## KIRISH

Turizm sohasi ko'plab mamlakatlar iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridan biri bo'lib qolmoqda. Turizm sohasi XIX asr oxirlarida hozirgi rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida endigina shakllanayotgan sohalardan biri bo'lgan. Bu kunga kelib ushbu soha dunyoning uchinchi ko'p daromad keltirayotgan sohasiga aylanganligi hech kimga sir emas. Bu sohani o'rganish davr taqozosi desak bo'ladi. Bugungi kunda turizm industriyasi dinamik ravishda rivojlanayotgan xizmatlar xalqaro savdosi turi bo'lib kelmoqda.

Turizm sohasi turizm tashkilotlari, turistlarga ko'rsatiladigan joylar, mehmonxonalar, ovqatlanish tarmoqlari, transportlar, yo'llar va turizm bo'yicha mutaxassislarni o'z ichiga qamrab oladi. Hozirgi kunda respublikamizda turizm sohasini jahon andozalariga javob beradigan holatga keltirish bugungi kun talabidir. Turizm sohasi iqtisodiy yoki siyosiy umumiy tuzilishni tarkibiy qismlarga bo'lib, yordamchi, bo'ysunuvchi harakterga ega va umumiy tuzilmaning bir tekis ishlashini ta'minlashga xizmat qiladi.

Hozirgi iqtisodiy islohatlar jarayonida turizm sohasining rivojlanishi bozor iqtisodiyotining shakllanishida katta ahamiyatga ega. O'zbekiston Respublikasida yalpi ichki mahsulotdagi turizmning ulushini oshirish maqsadida tegishli ishlar amalga oshirilmoqda. SHular jumlasidan Respublikada turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha qabul qilingan qator qonunlar va me'yoriy xujjatlar xizmat qiladi.

O'zbekiston turizmini rivojlantirishdagi asosiy vazifalardan biri turizm sohasini rivojlantirish va rivojlanish yo'nalishlarini ishlab chiqishda asosiy e'tibor nimalarga qaratilishini o'rganish masalasi dolzarb bo'lib qolmoqda. Jahon turizmida respublikamizning raqobatbardoshligiga erishishimizda muhim omil bo'lib hisoblanadi. Ayni vaqtda turizm sohasini O'zbekiston iqtisodiyotining yetakchi sohalalaridan biriga aylantirishda o'ta dolzarb bo'lib bormoqda.

Turizm tarmoqida tarkibiy islohotlar va iqtisodiyotni modernizatsiyalashni yanada chuqurlashtirish, uning ko'lamini kengaytirish bilan bog'liq masalalarning nazariy va

amaliy tomonlarini o'rganishda "Turizm: nazariya va amaliyot" o'quv qo'llanmasi alohida o'rin tutadi.

Ushbu o'quv qo'llanma malakali, raqobatbardosh kadrlar tayyorlashda asosiy tayanch bilim va turizm sohasidagi atamalarni beruvchi qo'llanma hisoblanadi.

O'quv qo'llanma **maqsad** – talabalarda zamonaviy turizm bozorining ishlashi va rivojlanishi, turizm tadbirkorlik faoliyatining takomillashishi, turizm sohasi firmalarini tashkil qilishda chet el tajribalaridan foydalanishning ham nazariy, ham amaliy tomonlarini o'rgatish hamda turizm bozori subyektlarining iqtisodiy faoliyatini o'rganish bo'yicha tushuncha, bilim va ko'nikma hosil qilishdan iborat.

Mazkur o'quv qo'llanma 14 bobdan iborat bo'lib, turizm sohasi bo'yicha barcha nazariy va amaliy bilimlarni o'z ichiga oladi. O'quv qo'llanma orqali talabalar:

- sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyati;
- turizm turlari va shakllari;
- turizm sohasining resurslari;
- turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlari;
- turizm sohasida joylashtirish xizmatlari;
- turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari;
- turizm sohasida transport xizmatlari;
- ekskursiya xizmatlarini amalga oshirish jarayonlari;
- turoperatorlik xizmatlarini tashkil etishda axborot texnologiyalari kabi

mavzularni chuqur o'zlashtira oladi.

## **I BOB. «TURIZM: NAZARIYA VA AMALIYOT» FANINING MAQSADI VA VAZIFALARI**

### **1.1. «Turizm: nazariya va amaliyot» fanining maqsadi va vazifalari**

### **1.2. O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari**

#### **1.1. «Turizm: nazariya va amaliyot» fanining maqsadi va vazifalari**

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

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

Tajribalar shuni ko'rsatadiki, turizm tarixi, uning asosiy yo'nalishlari, turlari, turistik xizmatlar, umuman turizm ilmi bilan bog'liq barcha masalalar haqida bilim berish, turizmga oid tushuncha va atamalarining har birini tasniflash muhim ahamiyatga ega bo'lib, bu alohida predmet darajasidagi masala hisoblanadi. Shularni e'tiborga olgan holda, turizmga oid barcha mutaxassislik fanlarining alifbosi sifatidagi «Turizm: nazariya va amaliyot» fani aynan shunday vazifani bajaradi, uni mukammal o'rganmasdan, mutaxassislikka oid boshqa fanlarni o'zlashtirib olish qiyin kechadi.

#### **«Turizm: nazariya va amaliyot» fanining maqsadlari quyidagilardan**

#### **iborat:**

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

#### **«Turizm: nazariya va amaliyot» fanining vazifalari quyidagilardan iborat:**

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

#### **1.2. O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari**

O'zbekistonda iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari qatorida turizm sohasining Markazlashgan Ma'muriy Boshqaruv tizimi 1971–1991- yillar davriga to'g'ri keldi. Bu davrda salbiy oqibatlar ham ko'zga tashlana boshladi. Qurilmay qolgan turistik-rekreatsion maqsadidagi obyektlar sonining ko'payishi, mavjudlarida esa mijozlarga ko'rsatilgan xizmatlarning sifati bo'yicha ko'plab e'tirozlar paydo bo'la boshladi. Ijtimoiy tadqiqotlarga ko'ra mehmonxonalar, turbazalar, dam olish uylari hamda

pansionatlar tomonidan taklif qilinadigan 50 foizgacha bo'lgan barcha xizmatlar fuqarolarning noroziligini keltirib chiqargan. Joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlari bilan birga hordiq chiqarish va tibbiy xizmat ko'rsatish talab darajasida bo'lmagan. Turistik xizmat turlari va hajmi sezilarsiz va sifatsiz bo'lgan.

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

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

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

1992-yilda Respublikada «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi tashkil etildi va turizm sohasida bu kompaniya barcha tashkiliy, boshqaruv hamda muvofiqlashtirish funksiyalarini amalga oshira boshladi. 1993-yilda «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi Butunjahon turizm tashkilotiga (BTT) haqiqiy a'zo bo'lib kirdi. Bu

jarayon o'z navbatida xalqaro turizmni rivojlantirishda muhim omil bo'lib xizmat qildi. 1994-yilda BMT ning YuNESKO tashkiloti hamda O'zbekiston hukumatining tashabbusi bilan Samarqand shahrida Buyuk Ipak yo'lidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo'yicha Samarqand Deklaratsiyasi qabul qilindi.

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

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

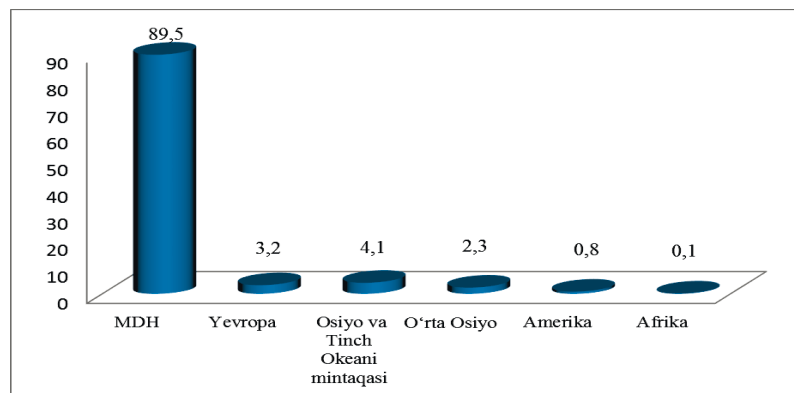
Turizm sohasidagi islohotlarning **uchinchi bosqichida**, 1999-yil 15-aprelda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «2005-yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish davlat dasturi to'g'risida»gi Farmoni e'lon qilindi, shu yilning 20-avgustida esa O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi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

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

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

Shuni ham ta‘kidlab o‘tish kerakki, 1993-yilda mamlakatimizda bor yo‘g‘i 4 ta xususiy turistik firma bo‘lgan bo‘lsa, hozirgi kunda turizm xizmatlarining nodavlat sektorida 1300 ta turistik firma va mehmonxona, shu jumladan umumiy sig‘imi 35 ming joydan iborat 600 ta mehmonxona va 700 ga yaqin turoperator va turagentlar faoliyat olib bormoqdalar.<sup>1</sup>

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



**1-rasm. O‘zbekiston Respublikasiga 2017-yilda chet el mamlakatlaridan turistik maqsadlarda kelgan xorijiy fuqarolarning umumiy sonidagi ulushi<sup>2</sup>**

O‘zbekistonga 2017-yilda turistlar oqimining mintaqaga tashrif buyurishi 1-rasmda ko‘rsatilgan, unga ko‘ra turistlar oqimi MDH, Yevropa, Osiyo va Tinch okeani mintaqalaridan kelishgan. Butun jahon turizm tashkiloti (BTT) tomonidan o‘rnatilgan tasnif bo‘yicha, barcha Sobiq Ittifoq hamdo‘stlik mamlakatlari Yevropa mintaqasiga kiradi. Shuning uchun O‘zbekistonga qo‘shni hamdo‘stlik mamlakatlaridan kiruvchi turistlar ham Yevropa mamlakatlaridan kelgan hisoblanadi.

**Tayanch so‘z va iboralar:** Sayohatchi, turist, servis, turizm rivojlanish bosqichlari, turistik xizmatlar bozori.

#### Nazorat savollari

- 1.«Turizm: nazariya va amaliyot» fanining maqsadi va vazifalari?
2. O‘zbekistonda turizm sohasidagi islohotlarning birinchi bosqichi?
3. O‘zbekistonda turizm sohasidagi islohotlarning ikkinchi bosqichi?
4. O‘zbekistonda turizm sohasidagi islohotlarning uchinchi bosqichi?
5. O‘zbekistonda turizm sohasidagi islohotlarning ikkinchi bosqichi?

<sup>1</sup> Turizm istiqbollari. // O‘zbekiston iqtisodiy axborotnomasi. № 1. 2018. -11.b.

<sup>2</sup> O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi ma‘lumotlari

## II BOB. SAYOHATCHI VA TURIST HAQIDAGI TUSHUNCHALARNING MOHIYATI

### 2.1. Turizm tushunchasi va uning shakllanishi

### 2.2. Zamonaviy turizm asoschisi Angliyalik Tomas Kukning faoliyati

### 2.3. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar

### 2.4. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog'liq sayohatlari

#### 2.1. Turizm tushunchasi va uning shakllanishi

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

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

Turizm ko'pgina mamlakatlar iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo'lib, u mahalliy aholi bandligini, mehmonxonalarni to'ldirish, restoran, tomosha tadbirlari, chet el valyutasining kelib tushishini ta'minlaydi. Turizmning ichki iqtisodiy tabiati turist tashrif buyurgan mamlakatda o'z mablag'ini, albatta sarflab ketishini taqozo

etadi. Turizm mahalliy turistik resurslar ekspluatatsiyasiga asoslanadi va buning evaziga shu mintaqa yoki mamlakat foyda olishi kerak bo'ladi.

Hozirgi tushunchalarda qabul qilingan turizm 19 asrning oxiriga borib shakllangan bo'lsada, faqat XX asrga kelib u jadal sur'atlarda rivojlandi hamda texnika va texnologiyalarning rivojlanishi, jamiyat munosabatlarining yuksalishi natijasida u «XX asr fenomeni» nomini oldi.

#### 2.2. Zamonaviy turizm asoschisi Angliyalik Tomas Kukning faoliyati

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

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

### 2.3. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar

Sayohat va turizm (*travel and tourism*) – bir-biri bilan bogʻliq tushuncha boʻlib, ular inson hayot faoliyatining maʼlum bir tarzini ifodalaydi. Bu dam olish, koʻngil ochish, sport, atrof-muhitni anglash, savdo, fan, daʼvolanish va boshqa koʻplab jihatlarni qamrab oladi. Biroq, bunda har safar sayohatni boshqa faoliyat turlaridan ajratib turuvchi oʻziga xos harakat – insonning vaqtinchalik boshqa joyga, mamlakatga, qitʼaga borishi, uning doimiy yashash joyidan uzoqlashishi nazarda tutiladi.

Sayohatlar ayrim shaxslar tomonidan alohida, yagona maqsad va qiziqishga ega boʻlgan shaxslar tomonidan ekspedistiyalar, jumladan, ilmiy ekspedistiyalar tuzilgan holda amalga oshirilib, ular tarkibiga yuzlab va hattoki minglab mutaxassislar, diplomatlar, migrantlar va koʻchib yuruvchilar ham kiradi. Dengiz, havo va boshqa transport vositalari ekipajlari oylab oʻz uylarida boʻlmaydilar, shu tariqa, ular uchun sayohat turmush tarzi, kunlik ish faoliyati boʻlib hisoblanadi.

Sayohat tushunchasi, odamlarning maqsadlaridan qatʼiy nazar zamon va makonda koʻchib yurishni anglatadi hamda sayohatchilarning turmush tarzi boʻlib xizmat qiladi.

Koʻp asrlik tarixdan maʼlumki, insonga savdoni rivojlantirish, yangi erlarni ochish va oʻzlashtirish, resurslar va yangi transport yoʻllarini izlab topish maqsadida jahon boʻylab sayohat qilish xos boʻlgan. Stivilizastiyamizning rivojlanishiga ajratilgan vaqt unchalik katta boʻlmay, besh ming yilga yaqin davr bilan belgilanadi, biroq bizgacha faqat yaqin oʻtmishdagi sayohatlar haqidagi hikoya va tasvirlargina saqlanib qolgan. Oʻtmishdan bizga yangi qitʼa va erlarni, xalqlar va tabiiy hodisalarni ochgan, oʻziga xos geografik tizimlarni asoslab bergan buyuk sayohatchilarning nomlari maʼlum.

Sayohatlar va turizmning bir-biridan farqlarini koʻrib chiqishda ushbu faoliyatning maqsadlari va moddiy taʼminotiga toʻxtalib oʻtish joiz. Sayohat va ekspedistiyalarning asosiy qismi maʼlum bir maqsadlarga (savdo, fan, yangi erlarni ochish, mahsulot reklamasi va h.k.) xizmat qilib, manfaatdor shaxslar, tashkilotlar, davlat va xususiy jamgʻarmalar tomonidan moliyalashtiriladi.

Sayohatchi – bu birinchi navbatda kasb boʻlib, odamlarning kasbi yoki kun koʻrish manbai, yo boʻlmasa sayohatda ishtirok etuvchilarning turmush tarziga aylanishi mumkin. Bu esa faoliyatning maqsadi boʻlib, turizm maqsadlaridan tubdan farq qiladi.

1-jadval

Turizm sohasida turistni sayohatchidan ajratib turuvchi asosiy farqlari<sup>3</sup>

№	Farq qiluvchi belgilar	Turizm (turist)	Sayohat (sayohatchi)
1	Mamlakat iqtisodiyotiga taʼsiri boʻyicha	Turizm jahon miqyosidagi kuchli iqtisodiyot tarmogʻi boʻlib, uning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi mavjud. Bu yirik biznes, katta pul va global siyosatdir	Sayohatlarning iqtisodiyotga bevosita taʼsiri yoʻq
2	Qoʻyilgan maqsadlar boʻyicha	Yoʻllanmada koʻrsatilgan aniq qoʻyilgan maqsadlar bilan chegaralangan	Aniq qoʻyilgan maqsadlar bilan chegaralanmagan
3	Muddat maboynda	Muddatlari: 3-7 kunlik; 8-28 kunlik; kunlar bilan belgilangan	Muddati chegaralanmagan
4	Maʼlum makonda boʻlishi	Boʻladigan joyi yoʻllanma bilan chegaralangan	Makoni yoki boʻladigan joyi chegaralanmagan
5	Boʻsh vaqtning mavjudligi	Asosan boʻsh vaqt maboynda amalga oshiriladi	Boʻsh vaqt boʻlishi shart emas. Sayohat qilish hayot tarzi hisoblanadi
6	Borgan joyida haq toʻlanadigan faoliyat bilan shugʻullanishi boʻyicha	Qonun boʻyicha borgan joyida turist uchun haq toʻlanadigan faoliyat bilan shugʻullanish mumkin emas	Borgan joyida sayohatchi uchun haq toʻlanadigan faoliyat bilan shugʻullanish mumkin
7	Mablagʻ bilan taʼminlash	Turistning shaxsiy mablagʻidan va ijtimoiy fondlardan	Homiy tashkilotlar, davlat va xususiy jamgʻarmalar moliyalashtiradi
8	Tashkil qilish va xizmat koʻrsatish	Bu faoliyat turli xil turistik korxonalar va xizmat koʻrsatish sohalari bilan bogʻliq tarmoqlar tomonidan amalga oshiriladi.	Tashkil qilish homiy tashkilotlar, davlat va xususiy jamgʻarmalar tomonidan amalga oshiriladi, sayohlarga oʻzi tomonidan xizmat koʻrsatiladi.
9	Yashash foyiatiga taʼsiri	Turist uchun sayohatga borib kelish dam olish va oʻz bilimlarini oshirishga xizmat qiladi.	Sayohatchi uchun sayohat kasbi yoki kun koʻrish manbai, turmush tarzi boʻlib xizmat qiladi.

<sup>3</sup> Kvartalnov V.A., Turizm . Uchebnik. M., «Finansi i statistika». 2012. 320 s.



Turist–O‘zbekiston Respublikasi hududi bo‘ylab yoki boshqa mamlakatga sayohat qiluvchi (doimiy istiqomat joyidan turizm maqsadida jo‘nab ketgan) jismoniy shaxs<sup>4</sup> (1-ilova).

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

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

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonunida turizm tushunchasiga quyidagi tarzda ta’rif berilgan: **«Jismoniy shaxsning doimiy istiqomat joyidan sog‘lomlashtirish, ma’rifiy, kasbiy-amaliy yoki boshqa maqsadlarda borilgan joyda (mamlakatda) haq to‘lanadigan faoliyat bilan shug‘ullanmagan holda uzoq vaqt bilan bir yil muddatga jo‘nab ketishi (sayohat qilishi)»**.

Iqtisodiy omillarni hisobga olish nuqtai nazaridan tashrif buyuruvchilar tunovchi, ya’ni, bir kecha yotib qoluvchilar va bir kunlik, ya’ni 24 soatgacha (mehmonxonada) bo‘luvchi turistlarga bo‘linadi. Turizm-sayohatlarning bir turi

<sup>4</sup>Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги Қонуни //«Халқ сўзи» газетаси, 1999.

bo‘lsada, biroq o‘ziga xos jihatlariga ko‘ra, ma’lum bir tavsifga ega bo‘lib, unda ishtirok etuvchi shaxs turist, deb nomlanadi. Turizمنىng mohiyati va turistik faoliyatni yaxshi bilish uchun 1-jadval ma’lumotlarini to‘liq o‘zlashtirish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

#### 2.4. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog‘liq

##### sayohatlari

O‘zga mamlakatlarga aniq maqsadlar bilan sayohat qilish Markaziy Osiyo o‘lkasida qadim zamonlardan rivojlangan bo‘lib, o‘lkamizdagi ilk sayyohlik ko‘rinishlari «Buyuk Ipak yo‘li» ga borib taqaladi. Bunda milloddan avvalgi II asrda ochilgan Buyuk Ipak yo‘lini ahamiyati nihoyatda katta bo‘lgan. Bu yo‘l faqat savdo-sotiq yo‘li bo‘lmay, ayni paytda dunyo xalqlari o‘rtasida madaniy-ma’rifiy va ilm-fan taraqqiyoti hamda xalqaro aloqalar yo‘li bo‘lgan.

7-8 asrlarda Arablar Movarounnahrni zabt etish yo‘li bilan mahalliy xalqning urf-odatini, dini va e’tiqodini, qadimdan rivojlanib kelayotgan madaniyatga o‘z ta’sirini o‘tkazib, asta-sekinlik bilan islom dini kirib kela boshladi. Mahalliy xalqning islom diniga o‘tishi bilan Markaziy Osiyoni Arab mamlakatlari Makkayu Madina bilan bog‘ladi. Islom dini farzlaridan biri hajga borish hisoblanib, Movarounnahrliklar o‘z yurtlaridan chiqib, Afg‘oniston, eron, Iroq, Suriya orqali o‘tib, Saudiya Arabistondagi Makka va Madinada haj amalini bajarganlar. Bu yo‘l mashaqqatli, og‘ir, bir necha oy va yillarni o‘z ichiga olgan bo‘lsada, yildan-yilga hajga boruvchilarning soni ortib borgan.

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

Arab halifaligiga kirgan Movarounnahr, Xuroson va Xorazmda mahalliy tillarda yozilgan asarlari yo‘q qilinib, erli bilimdonlar, tolibi ilmlar halifalikning

markaziy shaharlari Damashq, Qohira, Bog‘dod, Kufa va Basraga borib bilim olishgan va arab tilida ijod qilishga majbur bo‘ladilar. Bu shahar Sharqning yirik ilm va madaniyat markazi bo‘lib, ular orasida Bog‘dod shahri eng mashhuri edi. IX asrda bu shaharda «Bayt-ul hikma» – «Donishmandlar uyi» Sharqning o‘z davridagi Fanlar Akademiyasi tashkil etilgan edi.

«Bayt-ul hikma»da katta kutubxona hamda Bog‘dodda va Damashqda astronomik kuzatishlar olib boriladigan rasadxonalar mavjud edi. Bu erdagi toliblar tadqiqotlar bilan bir qatorda, qadimgi yunon va hind olimlarining ilmiy merosini o‘rganish va asarlarini arab tiliga tarjima qilish bilan shug‘ullanadilar. Bu erda o‘rta asar ilmiy faniga katta hissa qo‘shgan ko‘pgina Movarounnahr va Xurosonlik olimlar ijod qilishgan. Quyida Markaziy Osiyolik sayyoh olimlarning sayohatlari (turizm) bilan bog‘liq faoliyatini keltiramiz:

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

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

**Ahmad Farg‘oniy** Farg‘onada tug‘ilgan va dastlabki ilmni shu erda olib voyaga etgan. So‘ng o‘sha zamonda Sharqda mashhur bo‘lgan Bag‘doddagi «Bayt ul-hikma» akademiyasida Muhammad al-Xorazmiy bilan ishlash baxtiga muyassar bo‘lgan. Ahmad Farg‘oniy Quyosh va Oy tutilishlarini ham ilmiy jihatdan isbotlab bergan, yulduzlar ilmining sultoni deyilgan Mirzo Ulug‘bekdan besh asr oldin

Quyosh va yulduzlarning harakat yo‘nalishlarini, Er shar shaklida ekanligini va u qutblar deb ataluvchi ikki o‘q atrofida harakatlanishini ham isbotlab bergan.

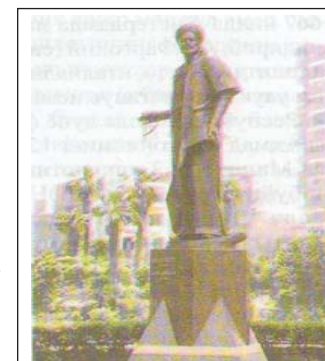
Oradan 800 yil o‘tgach, Xristofor Kolumb hamda XVI asrda Er shari bo‘ylab aylanma sayohatni oshirgan Fernando Magellan ham Ahmad Farg‘oniyning Er shari hajmini hisoblash uchun ishlatgan bir daraja meridian uzunligi haqidagi hisob- kitoblarning naqadar to‘g‘ri ekanligini yozib qoldirgan. Ahmad Farg‘oniy Nil daryosining suvini doimiy o‘lchab turuvchi nilometr asbobini yasagan. Bu asbob bo‘yicha butun Nil daryosi



2-rasm. Tehronda Abu Rayhon Beruniyga o‘rnatilgan haykal

havasida muvafaqqiyatli dehqonchilik qilingan. Bu asbob bo‘yicha Nil daryosining toshqinli davrlari oldindan ma‘lum bo‘lgan.

Misr hukumati vatandoshimiz Ahmad Farg‘oniyning ushbu mamlakat oldidagi xizmatlariga yuksak ehtirom sifatida Nil daryosidagi Roda orolida uning haykalini o‘rnatishga qaror qildi. Ushbu haykal Prezidentimiz Islom Karimovning 2007- yilda Misrga qilgan rasmiy tashrifi cho‘g‘ida tatanali rivishda ochilgan.



1-rasm. Nil daryosining Roda orolidagi Ahmad Farg‘oniyga o‘rnatilgan haykal

**Abu Rayhon Beruniyning** umri doimo sayohat va bir shahardan ikkinchisiga ko‘chib yurib, tadqiqotlar o‘tkazish bilan o‘tgan.

Bag‘dodda oy tutilishini isbotlab bergan. Agar Beruniyning butun umri davomida qilgan sayohatlarini sarhisob qilsak, u shimolda Xorazmga, janubda Hindistonga, G‘arbda Kaspiy dengizi sohili va Bag‘dod oralig‘ida sayohat qilgan.

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

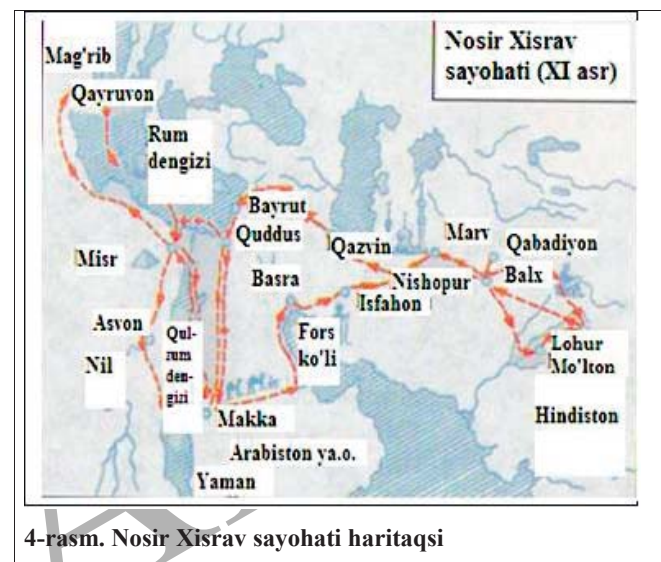
Ibn Sino Kasbiy dengizi bo'yida, Marv daryosi bo'ylarida va Qoraqum sahrosini kesib o'tishda, eron, Turkmaniston mamlakatlari xududlaridagi sayohatlari davrida dorivor o'simliklarning o'sish ariallari, ularning shifobaxshlik xususiyatlarini o'rganish davomida joylarning geografik xaritalardagi o'rni, tabiiy iqlim sharoitlari ayniqsa, buloqlar, betakror tabiiy go'shalar, issiq suvlarning davolash xususiyatlari haqida juda ko'p ma'lumotlarni o'z asarlarida qayd etgan.

**Nosir Hisrav** Balx shahri yaqinidagi Qobodiyon qishlog'ida tug'ilgan. U 1045-yilning kuzida MurG'ob daryosi bo'ylab janubga yurib, daryoning boshlanishigacha etib borishda ko'rganlarini o'zining esdaliklariga tushirgan. Ikkinchi sayohatini u 1046-yil Arabistonga qarab boshladi. Manbalarda keltirilishicha, uning bu safari XI asrda amalga oshirilgan eng uzoq muddatli, qiziqarli va ma'lumotlarga boy bo'lgan sayohatlardan biri hisoblanadi.

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



**3-rasm. Hamadon shahridagi Ibn Sino maqbarasi**



**4-rasm. Nosir Xisrav sayohati haritaqsi**

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

**Tayanch soʻz va iboralar:** Turizm, turistik faoliyat, ziyorat turizmi, sayohatchi, sayohat, allomalar, sayohatchidan ajratib turuvchi asosiy farqlari.

#### Nazorat savollari

1. Turizm tushunchasi va uni shakllanishining asosiy jihatlari?
2. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar nimalardan iborat?
3. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bogʻliq sayohatlarini tavsiflang.
4. Zahiriddin Muhammad Boburning sayohatchi sifatidagi qiyofasini tavsiflang.
5. Markaziy Osiyodagi sayohatlarda ziyoratchi-olimlarning qarashlari.

### III BOB. TURIZM TURLARI VA SHAKLLARI

#### 3.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari

#### 3.2. Turizm turlari

#### 3.3. Rejaga asoslangan guruhli va individual turizm

#### 3.4. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari

##### 3.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari

Zamonaviy turizmning oʻziga xos xususiyatlarini belgilash maqsadida, uning muhim tasnifiy belgilarini aniqlab olish zarur boʻladi. Jumladan, geografik va turistik talab yoʻnalishi boʻyicha, safar maqsadi, harakatlanish usuli, turistlarni joylashtiruv vositalari va ishtirokchilar soni boʻyicha, tashkiliy-huquqiy shakllarini tasniflash maqsadga muvofiqdir.

Geografik va turistik talab yoʻnalishi boʻyicha turizmning quyidagi turlarini koʻrsatish mumkin: «Milliy», «Xalqaro», «Hududiy (mintaqaviy)», «Ichki», «Kiruvchi» va «Chiquvchi».

**Xalqaro turizm** – mamlakat fuqarosining chet davlatlarga turistik maqsadlarda chiqishi va chet davlat fuqarolarining turistik maqsadlar bilan ushbu davlatga tashrif buyurishi hisoblanadi. Xalqaro turist tushunchasiga koʻra, tashrif buyurgan xorijiy davlatga 24 soatdan kam boʻlmagan muddatga kelgan va malakaviy faoliyatiga haq toʻlanmaydigan vaqtinchalik tashrif buyurgan turistlar kiradi.

Turistik oqimlarning yoʻnalishi boʻyicha turizm turlari «Kiruvchi» va «Chiquvchi» toifalariga boʻlinadi. Koʻpgina rivojlangan mamlakatlarda turizm turlari uygʻun holatda rivojlanadi, «ichki» va «tashqi» turizm sohasida muvozanat saqlanadi.

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

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

Ushbu nisbatning Oʻzbekiston boʻyicha oʻtkazilgan tadqiqotlar natijasiga koʻra, har bitta kiruvchi turistga 2,3 ta chiquvchi turist toʻgʻri kelib, shularga nisbatan ichki turistlar soni 0,3 tani tashkil etmoqda.

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

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

1-jadval

Turizm sohasining tasniflanishi <sup>5</sup>		
№	Tasniflanadigan belgilar	Turizm turlari
1	Geografik va turistik talab yo'nalishi bo'yicha	1.1 . Milliy 1.2 . Xalqaro 1.3. Hududiy (mintaqaviy) 1.4. Ichki 1.5. Kiruvchi 1.6. Chiquvchi
2	Maqsadlar bo'yicha	2.1. Tarixiy obidalar turizmi 2.2. Arxeologik turizm 2.3. Rekreatsiya turizmi 2.4. Sog'lomlashtiruvchi dam olish 2.5. Malakaviy ish turizmi 2.6. Ilmiy turizm 2.7. Sport turizmi 2.8. Shop-turlar 2.9. Diniy turizm (haj safari, ziyorati) 2.10. Qo'msash, sog'inish turizmi 2.11. Ekoturizm 2.12. Qvchilik turizmi 2.13. Gastronomiya turizmi 2.14. Safari turizmi
3	Moliyalashtirish manbai bo'yicha	3.1. Ijtimoiy turizm 3.2. Tijoriy turizm

<sup>5</sup> Тухлиев И.С., Хайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. Т.: Фан ва технология, 2014. – 332 б.

1-jadval davomi.

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

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

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

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

### 3.2. Turizm turlari

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 3.3. Rejaga asoslangan guruhli va individual turizm

**Rejaga asoslangan guruhli turizm.** Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi firmalar iqtisodiy omillarga ko'ra bunday xizmatlar hajmi mumkin qadar keng bo'lishidan (albatta, oqilona chegarada), ishlab chiqarish quvvatlari yuklanishidan manfaatdor bo'ladilar. Xizmatlardan foydalanuvchi turistlar oqimi qancha katta va turistik aylanmalar soni qancha ko'p bo'lsa, biznes shuncha samarali bo'ladi, turistik bozorda xizmatlar narxini pasaytirish va ularning raqabatbardoshlik darajasini oshirish imkoniyati paydo bo'ladi. Turistik industriya korxonalarini quvvatlarining yuklanishini intensivlashtirish maqsadida bu korxonalar turistlarga gruppaviy xizmat ko'rsatish narxiga chegirmalar joriy etadilar.

Turistlar guruhi tushunchasining mazmuni guruh a'zolarining minimal soni nuqtai nazaridan turistik xizmat turiga borliq bo'ladi. Masalan, transportning ayrim turlarida gruppaviy chipta va tegishli ravishda narxda gruppaviy chegirmani turistlar guruhi 5–6 kishidan iborat bo'lganida olish mumkin. Joylashtirishda otellar va mehmonxonalar guruh uchun 11 kishidan boshlab chegirmalar beradi. Biroq, agar bu

qimmat turuvchi biznes-guruh bo'lsa, chegirma beriladigan guruh a'zolarining minimal soni 7 kishidan iborat deb belgilanishi mumkin.

Guruh a'zolari soni bundan kam bo'lganida ular individual turistlar toifasiga kiritiladi va ular uchun normal (bazaviy) narxlar va tariflar belgilanadi. Misol uchun mehmonxonada xizmatlar ko'rsatish qiymati: ikki kishilik nomer individuallar uchun bir kishiga 55-60 AQSh dollari, turistlar guruhi uchun bir kishiga 18-20 AQSh dollari. Guruh uchun shunga o'xshash chegirmalar restoranlarda, muzeylarda, ko'ngilochar tadbirlar markazlarida ham belgilanishi mumkin. Ayrim tashuvchilar, masalan, havo yo'llari individuallarning kichik jamoalari uchun alohida chegirmalar belgilaydi. Masalan, safarga ketayotgan oila alohida oilaviy chegirma (oila boshlari nomiga chipta) olishi mumkin (*family plan*).

Individual tur har doim gruppaviy turdan qimmatroq bo'ladi. Shunga qaramay, individual tartibda sayohat qiluvchi turistlar soni ancha ko'p va shu bois xizmatlar ko'rsatish sohasi korxonalarining kataloglarida narxlar odatda individual turistlar uchun ko'rsatiladi.

Gruppaviy chegirmalar – turizm tashkilotchilari shartnoma tuzish borasidagi ishining muhim tarkibiy elementi. Shu tufayli ham mehmondorchilik taklifnomalari bo'yicha safarga ketayotgan ayrim ephil turistlar mablarni tejab qolish maqsadida gruppaviy turda o'rin sotib oladilar, manzilga etgach guruh tarkibidan chiqadilar va keyinchalik mustaqil qaytib keladilar. Bu immigrastiya xizmatlarining rashiga tegadi, chunki, bir tomondan, mehmondorchilik vizasi odatda turistik vizadan qimmatroq turadi, boz ustiga, uni olish va rasmiylashtirishning qattiroq tartibi amalga qiladi. Boshqa tomondan, bunday turist mehmonning mamlakatda bo'lishini nazorat qiluvchi xizmatlar nazorati ostidan chiqadi.

**Rejaga asoslangan individual turizm.** Turistlarning ma'lum qismi o'z dasturiga muvofiq, yakka tartibda sayohat qilishni ma'qul ko'radi. Bu toifani yo ta'til paytida sayohat qiluvchi yoshlar, yo o'z sayohatini o'zi arzonroq rejalashtirmoqchi bo'lgan turistlar tashkil qiladi. Hashamatli alkasarlar, paradorlar yoki mehmonxonalarda butun bir qavatlarini, limuzinlar, yaxtalar va alohida samolyotlarni buyurtma qiluvchi boy turistlar alohida guruhni tashkil etadi.

Individual turistlarga, masalan oilalarga xizmatlar ko'rsatuvchi ixtisoslashgan turistik firmalar bor. Ular nostandart xizmatlar paketlarini buyurtma qiladi, ular uchun maxsus dasturlar loyihalashtiriladi, turistik xizmatlar bronlanadi. Bu, albatta, tashkilotchilarning ko'p vaqtini oladi va shu bois bunday xizmatlar ancha qimmat turadi. Professional ishlovchi turistik firma ommaviy turistga mo'ljallangan bir nechta yo'nalishlarda 10–15 standartlashtirilgan gruppaviy turlar tashkil etadi va ayni paytda individual turistlarning har qanday buyurtmalarini bajaradi.

Rejaga asoslangan turizm turli tijorat tashkilotlari va tadbirkorlar faoliyatining bosh elementi hisoblanadi. Umuman olganda, bu korxonalar turistik firmalar toifasiga kiradi. Bunda turoperatorlar va turagentlarni ajratish odat tusini olgan.

Turoperator turistik mahsulotni shakllantiradi, ilgari suradi va asosan ulgurji xaridorga sotadi. Ulgurji xaridor sifatida bu erda turistik agentliklar amal qiladi. Agar turoperator o'z mahsulotini turistlarga ham sotmoqchi bo'lsa, u o'zining markaziy turistik agentligini tashkil etishi lozim. Turistik agentlik turistik mahsulotni bevosita turistga sotadi.

*Havaskorlik turizmi.* Agar turistlar o'z sayohatini tashkil etishda turizm tashkilotchilarisiz ish ko'rsalar, demak, bu havaskorlik turizmidir.

Havaskorlik turizmi – turistik jamoatchilik (havaskorlik) faoliyatining o'ziga xos turi. U ixtiyoriylik asosida, turizm tashkilotchilari (turoperatorlar va turagentliklar) ishtirokisiz uchastiya (yoki sayohatni tashkil etishning asosiy qismida ularning ishtirokisiz) amalga oshiriladi.

### 3.4. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari

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

Katta jismoniy kuch talab qilmadigan va hamma turistlar qatlamiga ham to'g'ri keladigan turizmning *aktiv turlariga* – dam olish va sayohat, vaqti cho'g'lik, sport kabilar kiradi. Aktiv turizmga har xil sarguzashtli sayohatlarni ham kiritish mumkin: sarguzashtli turizm (adventure tour), ekzotik joylarga, vulqonlarga, orollarga, sharsharalarga va shu kabi joylarga borishga aytiladi. Odatda bu ekzotik va ekologik

jihatdan toza tabiiy hududlar, G'arb sayohatlari, noan'anaviy transport vositalari bilan bog'liq bo'lgan, biror-bir qolipga tushmagan turizmdir. Ba'zi holatlarda bu xildagi turizm jiddiy jismoniy zo'riqishlar (extreme tour) bilan bog'liq bo'ladi. Turistdan mustahkam sog'liq va dovyuraklik talab qilinadi.

2-jadval  
O'zbekistonga 2016- yilda safar maqsadlariga ko'ra kiruvchi (xorijiy fuqorolar) va chiquvchi (O'zbekistonlik) fuqarolar sonining taqsimlanishi<sup>6</sup>

Ko'rsatkichlar	Kiruvchi fuqarolar	Chiquvchi fuqarolar
Xizmat ko'rsatilgan fuqarolar soni, jami	100%	100%
<b>Shu jumladan safarlar maqsadlariga ko'ra:</b>		
Tadbirkorlik (xizmat vazifasiga ko'ra)	5,6	6,0
O'qish	0,5	0,8
Ishlash	1,8	34,1
Turistik	8,0	8,5
Qarindoshlarga tashrif bilan dam olish	76,1	49,0
Davolanish	4,4	0,7
DTJ (doimiy turar joyi)	2,2	0,1
Tijorat	1,4	0,8

Masalan, Koloradaning toshqin daryolarida qayiqlarda sayr qilish, Shimoldagi mamalakatlarida itlar tortadigan chanalarda va tog'-chanG'i kurortlaridagi dam olish va boshqalar shular jumlasiga kiradi. Ularda qatnashish uchun turistlar oldindan ma'lum ko'nikmaga va jismoniy tayyorgarlikka ega bo'lishlari kerak bo'ladi.

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

Hozirgi paytda O'zbekistonga kiruvchi va chiquvchi fuqarolarning jami

<sup>6</sup> Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat Bojxona qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.



maqsadlari bo'yicha amalga oshirilgan sayohatlardagi bevosita turistik maqsadlar bo'yicha tashriflarning ulushi 3.2- jadvalda ifodalangan.

3-jadval

**Tashriflarning safar maqsadiga ko'ra taqsimlanishi (2018-yil)<sup>7</sup>**

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

2 va 3-jadvalardan, amalga oshirilayotgan tashriflar qiyosiy tahlili shundan dalolat beradiki, tashriflarning turistik maqsadlarda qilingan safarlar bo'yicha ma'lumotlari dunyoda 51% ni, Rossiyada 8% ni va O'zbekistonda 8% ni tashkil qilmoqda. Bunda kiruvchi oqim uchun mahalliy turizm industriyasi taklifi nuqtai nazaridan ham, ichki turizm istemol jihatidan ham jami amalga oshirilgan tashriflarning safar maqsadiga ko'ra qarindoshlarga tashrif bilan xordiq olishi 76,1% ni tashkil etgan, keyingi o'rinda esa bevosita turistik maqsadlar bilan keluvchilar 8% ni tashkil qilmoqda. Taqqoslash uchun dunyodagi fuqarolarning tashrif maqsadlari bo'yicha tahlili, unda bevosita turistik maqsadlar bilan keluvchilar 51% ni tashkil etgan (3-jadval).

**Tayanch so'z va iboralar:** Kiruvchi turizm, ichki turizm, chiquvchi turizm, arxeologik turizm, rekreacion turizm, malakaviy ish turizmi, ilmiy turizm, shop-turlar, diniy turizm, aktiv turizm, passiv turizm.

**Nazorat savollari**

1. Xalqaro turizm va uning mohiyatini tavsiflang
2. Ichki turizm mazmuni va uning xususiyatlarini tavsiflang.
3. Kiruvchi turizm va chiquvchi turizمنىng o'ziga hos jihatlari nimalardan iborat.
4. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari
5. Arxeologik, rekreacion va diniy turizm turlarining xususiyatlari

<sup>7</sup> Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat Bojxona qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

**IV BOB. TURIZM SOHASINING RESURLARI**

**4.1. Turizm resurslari tushunchasi**

**4.2. Turizm resurslarining guruhlanishi**

**4.3. Ijtimoiy – iqtisodiy va turistik axborot resurslari**

**4.4. Turistik resurslar va turistik akvatoriya**

**4.1. Turizm resurslari tushunchasi**

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

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

Bugungi kunda O'zbekiston katta turistik resurslar salohiyatiga ega bo'lib, uning hududida 7000 dan ortiq tarixiy-arxitektura yodgorliklari va go'zal tabiiy-iqlimiy resurslari mavjud. Mamlakatimizda mavjud jami turistik-rekreacion obyektlaridan Toshkent shahrida 144 tasi, Samarqandda 118 tasi, Buxoroda 201 tasi va Xiva shahrida 310 tasi joylashgan bo'lib, ushbu turistik obyektlardan foydalanidigan turistik firmalar esa asosan markaziy mintaqalarda joylashganini ko'ramiz. Turistik resurslarning 3/1 qismigina turizm uchun faoliyat ko'rsatmoqda, qolganlari esa turistik infratizimning shakllanishini va yangi turmahsulotlar tayyorlashni talab qilmoqda. Hozirgi vaqtda ko'pgina tarmoqlar kabi turizm industriyasi ham tez rivojlanib bormoqda. Turistik biznesni mavjud investitsiya, texnologiya, hamda malakali ishchi – xodimlar orqaligina shakllantirib bo'lmaydi. Buning uchun birinchi navbatda, turistik resurslardan samarali foydalanish zarur bo'ladi.

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

#### 4.2. Turizm resurslarining guruhlanishi

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

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

##### ***Kelib chiqishiga ko'ra:***

- tabiiy (geologik, iqlimiy, gidrologik, termal suvlar);

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

##### ***Rekreasiya sifatida foydalanish turiga ko'ra:***

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

##### ***Resurslarning davomiylik darajasiga ko'ra:***

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

##### ***O'zi qayta tiklanishi va o'sishi imkoniyatiga ko'ra:***

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

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

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

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

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

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

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

#### 4.3. Ijtimoiy – iqtisodiy va turistik axborot resurslari

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

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

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

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

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

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

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

- asosiy binolar: otellar, bar, restoran, klub va b.;
- yordamchi binolar: garaj, isitish tizimi va b.;
- inshoot va qurilmalar: yo'llar, turistik po'ezdlar, sport maydonlari va b.;
- kommunikatsiya qurilmalari: elektr o'tkazgichlar, quvurlar va b.;
- mashina va jihozlar: transformator, kompyuter va b.
- transport vositalari: engil avtomobil, avtobus va b.

**Turistik axborot resurslari.** Sayohat vaqtida yoki unga tayyorgarlik ko'rishda turistlar ehtiyojidan kelib chiqib, ularga beriladigan ma'lum hudud, obyekt to'g'risidagi ma'lumotlar majmuasi turistik axborot resurslari hisoblanadi.

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

#### 4.4. Turistik resurslar va turistik akvatoriya

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

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

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

Akvatoriya – muhim turistik resurs hisoblanadi. Suv insonga oziqlanish vositasi sifatida zarur va shu sababli tanishuv yoki sarguzashtli ma'noda bu juda qiziq

hisoblanadi. Dunyoda maska bilan unchalik chuqur bo'lmagan chuqurlikda va akvalang bilan 70m chuqurlikkacha tushuvchi suvosti turizmining 50 mln. ga yaqin ishqibozlari mavjud. Katta Bar'er rifi suv osti qoyalari Avstraliya milliy boyligi hamda jahon ahamiyatiga molik akvapark deb e'lon qilingan. Ikkinchi kichik Bar'er qoyasi Beliz qirG'oqlarida joylashgan hamda suvosti dunyosi ishqibozlari va suvosti sarguzashtlarini sevuvchilar uchun haqiqiy jannat bo'lib hisoblanadi. Qizil dengiz suvostida suzuvchilar uchun cheklanmagan imkoniyatlarni tuG'diradi va kurortda dam oluvchilar ko'ngil yozishining ajralmas qismi bo'lib hisoblanadi.

Qadimgi suvosti boyluklarni izlab topish, oltini bilan cho'kib ketgan kemalarni qidirish bugun turizmning muhim turini tashkil etadi. Gresiya, Kipr, Italiya, Turkiya kabi O'rta Er dengizining boshqa davlatlari o'z suvosti xazinalaridan faol, oqilona foydalanadilar. Suvdagi hayvonot dunyosini va marjon suvosti qoyalarini kuzatish uchun turistik suvosti qayiqlaridan hamda deyarli barcha dengiz bo'yi turistik markazlarida mavjud bo'lgan suvning tubi musaffo tarzda ko'rinib turadigan kemalardan foydalaniladi. Maxsus turistik suvosti qayiqlari Bermud, Kanar orollari, Qizil dengiz, Bolear orollarida va Ispaniyaning Kosta-Bravo kurortli qirg'oqlarida mavjud. Cho'kib ketgan kemalarni izlab topish – sarguzashtli turizmning ommabop turi hisoblanadi.

**Tayanch so'z va iboralar:** Turistik resurslar, tabiiy turistik resurslar, madaniy – tarixiy resurslar, ijtimoiy – iqtisodiy turistik resurslar, mehnat resurslari, asosiy vosita resurslari turistik axborot resurslari, akvatoriya.

#### Nazorat savollari

1. Turizm sohasining resurslar tushunchasi va mohiyatini yoriting.
2. Tabiiy turistik resurslarga qanday resurslar kiradi?
3. Ijtimoiy – iqtisodiy turistik resurslarning mohiyatini tushuntiring
4. Madaniy – tarixiy resurslarga qanday resurslar kiradi?
5. Turistik resurslar va turistik akvatoriyaning mohiyatini yoriting.

## **V-BOB. TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA O‘ZBEKISTONDAGI**

### **TARIXIY SHAHARLARNING AHAMIYATI**

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

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

#### **5.3. O‘zbekistonning YuNESKO ro‘yxatidagi tarixiy shaharlari**

#### **5.4. Xiva va Shahrisabz**

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

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

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

Toshkent-Markaziy Osiyoning eng yirik shaharlaridan biri – O‘zbekiston Respublikasining poytaxtidir. Islom konferensiyasi tashkiloti (OIK) tarkibidagi muassasalardan biri – Ta‘lim, Fan va madaniyat masalalari bo‘yicha Xalqaro islom tashkiloti (ISESCO) Toshkentni 2007-yilda Islom madaniyati poytaxti, deb e‘lon qildi. O‘zbekistonning islom madaniyati va ilmi oldidagi, islom merosi va yodgorliklarini asrash va yanada boyitish borasidagi mislsiz xizmatlari uchun Toshkent shunday yuksak va faxrli unvonga sazavor bo‘ldi.

## **Toshkent**

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

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

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

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

###### **Termiz**

Surxondaryo viloyatining markazi bo‘lgan Termiz shahri eramizdan oldingi II– I asrlarda Hindistonni Markaziy Osiyo orqali Yevropa bilan bog‘lovchi karvon yo‘llarining chorrahasida paydo bo‘lgan, keyinroq u Xitoyga eltuvchi «Buyuk Ipak Yo‘li» da ham muhim ahamiyat kasb etdi. Kushonlar davrida 500 gektar maydonni

egallagan. Shuningdek, Termiz yonida eramizdan oldingi III–II asrlarda Yunon-Baqtriya davlatiga tegishli turar joylar topilgan. Qoratepada Buddha madaniyatiga tegishli turli yodgorliklar, Fayoztepada Buddha ibodatxonasi harobalarida qiziqarli lavhalar va haykallar topilgan.

Termizning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

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

### **Farg‘ona**

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

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

### **MarG‘ilon**

MarG‘ilon shahrining 2000-yilligi hukumat qarori asosida 2007-yilda keng nishonlandi. MarG‘ilonga Buyuk Ipak Yo‘lining kashf etilishi bilan ozodlikni tan oluvchi maG‘rur suG‘dlar tomonidan asos solingan. Unda ipak matolar ishlangan. X asrda MarG‘ilon butun dunyoga o‘zining ipak matolari bilan mashhur bo‘lgan. XV asr oxirlari XVI asr boshlarida MarG‘ilon vodiyning eng muhim shaharlaridan biriga aylangan. MarG‘ilonning monumental yodgorliklaridan bezatilgan masjid minora-

maqbara va kaptarxonadan iborat bo‘lgan Kaptarlik kompozitsiyasi (XVIII asr) hamda Shouda masjidini keltirish mumkin.

Farg‘ona vodiysining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

1. Xudoyorxon saroyi (1870- y.)
2. Rishtlik masjidi (1913- y.)
3. Jome masjidi va minorasi (1809- y.)
4. Mulkobod masjidi (1913- y.)

### **5.3. O‘zbekistonning YUNESKO ro‘yxatidagi tarixiy shaharlari**

#### **Samarqand**

Samarqand o‘zining noz-ne‘matlari, tabiati, boy ma‘naviy merosi, betakror tarixi, olamshumul me‘moriy obidalari bilan butun dunyo jamoatchiligining diqqat-e‘tiborini o‘ziga qaratib kelayotgan «sayqali ro‘yi zamindir». So‘G‘diyona va Turon davlatlarining uluG‘vor an‘analari, dunyoviy stilizatsiyaning eng muhim bosqichlari rivojlangan bu shaharning tarixi va madaniyati bilan uzviy bog‘liqdir.

Dunyoning e‘tiborli sarmoyadorlari, rivojlangan mamlakatlarning mashhur tijoratchi va bankirlari, xalqaro tashkilot rahbarlari, iqtisodchi va siyosatchilari, san‘atshunoslarining nigohi bugun Samarqandga qaratilganligi bejiz emas. Bu esa Samarqandning O‘zbekistonning yirik sanoat, fan va madaniyat markazi sifatidagi mavqei tobora oshib borayotganligidan, mamlakatning gullab-yashnashi va ravnaqi uchun muhim hissa qo‘shayotganidan dalolat beradi.

Jahon bankining prezidenti Jeyms D.Uolfenson Samarqandga tashrif buyurganida «Keyingi 40 yil davomida men qariyb butun dunyoni kezib chiqdim, biroq, Samarqanddek shaharni hech joyda ko‘rmadim», deb o‘z qalb so‘zlarini aytgan edi. Amerikadan kelgan sayyohlarning fikricha, «dunyoda bittagina Parij va bittagina Samarqand mavjud». Ommaviy fransuz jurnallaridan birining e‘tirof etishicha: «Samarqand tasavvurni junbo‘shga keltiradigan shahar bo‘lib borayapti. Ko‘zingizni yumib muloyim ohangda «Samarqand» so‘zini talaffuz qilsangiz, xuddi ertaklardagidek tasavvuringizda go‘zal va sehrli manzaralar oqimi paydo bo‘ladi». Bu o‘rinda uzoq tarix sahifalarida qoldirilgan ushbu satrlarni ham eslash joizdir: «Bu

shahar va uning atrofidagi zamin shunchalik boy va farovonki, bundan hayratga tushmasdan bo'lmaydi. Ehtimol shuning uchundir u Samarqandeya, deb atalgan».

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

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

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

#### **Buxoro**

«Buxoro» so'zi sanskrit tilida «Ibodatxona», suG'd tilida «Tangri jamoli» ma'nolarni anglatadi. Buxoro «Buyuk Ipak Yo'li»ning yirik tijorat markazi bo'lib hisoblangan. Buxoro O'rta asrlarga mansub 140 dan ortiq arxitektura yodgorliklariga ega bo'lgan «muzey-shahardir». Poyi Kalon, Qo'shmadrasa, Minorai Kalon, Ismoil Somoniy maqbarasi kabi ko'plab yodgorliklar bundan ming yillar oldin qurilgan bo'lib, hozirgi kunda ham mehmonlarni o'ziga jalb etmoqda. Buxoroning mashhurligini al-Buxoriy, Narshaxiy, Rudakiy, Daqiqiy, Abu Ali ibn Sino va Bahouddin Naqshband kabi siymolar yanada sharaflashgan.

Islom dunyosida Buxoroning ismiga «Sharif» ya'ni «Muqaddas» qo'shimchasi qo'shib ishlatilgan. X asrda Buxoro eng yirik ilmiy va madaniy markaz bo'lgan. MaG'oqi Attori, Namozgoh masjidi, Chashmai Ayub kabilar ushbu davrdan yodgor bo'lib qolgan. Sitorai Mohi Xosa oxirgi Buxoro Amirining yozgi saroyi, u hashamatli arxitekturaning eng yorqin namunalaridan biridir. Labi Hovuz (XVI asr), Xo'ja Nasriddin haykali, Nodir Devonbegi madrasasi, Devonbegi xonaqosi, vaqtida Markaziy Osiyodagi yetakchi bo'lgan Ko'kaldosh madrasasi (Abdullaxon tomonidan bunyod etilgan) shaharning o'ziga xos diqqatga sazovor joylari hisoblanadi. Ismoil Somoniy maqbarasi shahardagi yaxshi saqlanib qolgan eng qadimiy bino bo'lib, nafis arxitektura ega. Poyi Kalon ansambli (XII asr) shaharning markazidan o'rin olgan. Shu erdan piyoda Ark binosiga, Chorminorga o'tish mumkin. Shahar atrofidagi Varaxsha xarobalaridan janglar va ov marosimlarini aks ettiruvchi ko'plab rangli lavhalar, qimmatli buyumlar topilgan va muzeylarga topshirilgan. Buxoro qorako'li xalqaro bozorda e'tirof etilgan. Bundan tashqari Buxoro zardo'zlik san'atining Vatani ham hisoblanadi.

Buxoro viloyatining asosiy tarixiy- arxitektura yodgorliklari:

1. Ark (XI asr);
2. Bolo-Hovuz majmuasi (XVIII asr);
3. Ismoil Somoniy maqbarasi (IX asr);
4. Chashmai-Ayub (1380 y.);
5. Abdullaxon madrasasi (1596 y.);
6. Modari-Xon madrasasi (1556 y.);
7. Masjidi Baland (XVI asr);
8. Gavkushon majmuasi (XVI asr);
9. Zayniddin Xoji xonaqosi (1555 y.);
10. Poyi Kalon majmuasi (XII asr);

#### **5.4. Xiva va Shahrisabz**

Xiva shahri ko'plab arxitektura yodgorliklari joylashgan Ichan qal'ada qadimiy sharq ruhini saqlab qolgan shahardir. Xorazm viloyatining arxitektura yodgorliklari asosan madrasa, masjid va minoralar, Pahlavon Mahmud maqbarasi

(1835-yil), Muhammad Aminxon madrasasi (1850–1855-yillar), Ko'na Ark, Tosh Hovli, Olloqulixon Timi va Karvonsaroyi (XIX asr) kabilardan iborat. Rangli bezaklar berilgan Kalta Minor (1835-yil) va 218 ta naqshli ustunga ega bo'lgan Juma masjidlarni alohida ta'kidlab o'tish mumkin. 2,5 kilometr uzunlikdagi devorga ega bo'lgan Ichan-qal'a Otadarvoza, Shimoliy, Sharqiy, Janubiy, Buxoro va Toshdarvozalariga ega. Unda 40 dan ko'proq quduqlar mavjud.

Xorazm viloyatining asosiy tarixiy- arxitektura yodgorliklari:

1. Ichan qal'a, Saidboy masjidi va madrasasi (18 asr boshi);
2. Pahlavon Mahmud maqbarasi (1835 yil);
3. Olloqulixon madrasasi (1834 y.);
4. QutluG'murod-inoq madrasasi (1804 y.);
5. Olloqulixon Timi va Karvonsaroyi (XIX asr);
6. Abdullaxon madrasasi (1865 y.);
7. Anushaxon masjidi va hammomi (1657 y.);
8. Toshhovli (Olloqulixonning karvonsaroyi) (1855 y.);
9. Oq masjid (1832 y.);
10. Juma masjidi va minorasi (1788 y.);

#### Shahrisabz

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

Shahrisabzning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

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

7. Gumbazi Saidon (XV asr);

8. Shamsiddin Kulol maqbarasi (XV asr)

**Qarshi shahri** Samarqand va Buxorodan Afg'oniston va Hindistonga o'tuvchi karvon yo'llari asosida yuzaga kelgan. Qarshi bir necha arxitektura yodgorliklariga ega. Bular: Mirzo Ulug'bek tomonidan qurilgan Ko'kgumbaz masjidi (1463-y.), Jome' masjidi, Minorali Qo'rG'oncha (XIX–XX asrlar), Xo'ja Abdulaziz madrasasi (XX asr), Qilichboy madrasasi (1714-y.), Zaxkok- Moron shaharchasi harobalari (eramizdan avvalgi I asr-eramizning V asri) va Qashqadaryo daryosi ustidan o'tgan qadimiy ko'prik kabilardir. Shaharda O'lkashunoslik muzeyi bor. Qashqadaryoning muhim arxitektura yodgorliklari-Temuriy sulolasiga tegishli Shamsiddin Mir Kulol maqbarasi, Ko'kgumbaz masjidi, Gumbazi Saidon maqbarasidir.

Hisor tog'larning janubi-G'arbida 1975-yilda Qizilsoy qo'riqxonasi tashkil etilgan. Bu erda silovsin, ayiq, qor barsi kabi noyob hayvonlarni uchratish mumkin. Shuningdek, Markaziy Osiyodagi eng yirik G'orlardan biri – Amir Temur G'ori ham shu tizmada joylashgan. Qashqadaryoda Xoja Ubaydulla, Jarroh Abduraxmon Ota, G'ulom Naqshbandiyalar ziyoratgohlari, Sulton Mirhaydar maqbarasi kabi ziyoratgohlari ham bor.

Tarixiy obidalarning YuNESKO «Jahon merosi» ro'yxatiga kiritilishining asosiy maqsadi- o'z hududida mashhur bo'lgan obyektlarni dunyoga tanitish va himoya qilishdir. Ma'lumki, O'zbekiston tarixiy va madaniy yodgorliklarga boy mamlakat. Mana shu bebaho merosimizning 140 ta obyektlari YuNESKO tomonidan muhofazaga olingan va tarixiy obyektlar ro'yxatiga kiritilgan<sup>8</sup>. YuNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxatiga Xivadagi Ichan Qal'a 1990-yil, Buxoroning tarixiy markazi 1993-yil, Shahrisabzning tarixiy markazi 2000-yil kiritilgan. 2001-yil 12–16-dekabr kunlari Finlandiyaning Xelsinki shahrida YuNESKoning Jahon merosi Qo'mitasining navbatdagi yig'ilishi bo'lib, unda Samarqand shahri ham YUNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxatiga kiritildi.

**Tayanch so'z va iboralar:** O'zbekistonning tarixiy shaharlari, YUNESKO, jahon merosi.

<sup>8</sup> <http://www.Turkistonpress.uz>



### Nazorat savollari

1. O'zbekiston turizmini rivojlantirishda tarixiy shaharlarning o'rni
2. O'zbekistonning tarixiy va arxitektura yodgorliklariga ega bo'lgan shaharlarni tavsiflang.
3. O'zbekistonning YuNESKO ro'yxatidagi tarixiy shaharlari
4. O'zbekiston turizmini xalqaro darajaga ko'tarishda tarixiy shaharlarning roli.

### VI BOB. TURIZM SOHASIDAGI XIZMATLAR VA MAHSULOTLAR

#### 6.1. Turistik xizmatlar

#### 6.2. Turistik mahsulotlar

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

#### 6.4. Xizmat ko'rsatish klasslari va xizmatlar paketi

##### 6.1. Turistik xizmatlar

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

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

O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonunida ayrim moddalarda turistik xizmatlar bilan bog'liq tushunchalarning ta'rifi berilgan. Jumladan, Qonunning 3-moddasida turistik xizmatlar tushunchasi haqida: «turistik xizmatlar turistik faoliyat subyektlarining joylashtirish, ovqatlantirish, transport, axborot-reklama xizmatlari ko'rsatish borasidagi, shuningdek, turistlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan boshqa xizmatlar», – deb ta'riflanadi. Qonunning 11-moddasi: «Turistik sayohat va turistik xizmatlar majmui», – deb nomlanib, unda quyidagi fikrlar bayon qilinadi – «turistik sayohat yakka tartibda yoki turistlar guruhi tarkibida amalga oshiriladi.

Turistik xizmatlar majmui transport xizmati ko'rsatishni, yashash, ovqatlantirish, ekskursiya xizmati ko'rsatish, madaniy, sport dasturlarini tashkil etish va boshqa xizmatlarni o'z ichiga oladi», – deb belgilangan. Qonunning 10-moddasi:

«Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish», – deb nomlanib, unda quyidagi jummalarni o'qiydiz: «Turistik xizmatlar majburiy sertifikatlashtirilishi lozim. Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish va sertifikat berish qonun hujjatlarida belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

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

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

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

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

## 6.2. Turistik mahsulotlar

Turistik mahsulot turizm maqsadlari va jarayonida turistning ehtiyojlarini qondirish uchun etarli bo'lgan, barcha turistik xizmatlar, ishlar, tovarlar va ta'minot vositalari hamda turpaketga kiritilgan boshqa turistik xizmatlar majmuidan iborat. Turistik mahsulot (turpaket) xizmatlar harakatining 24 soatdan ortiq vaqtiga ega va yoki tunab qolish (joylashtirish) va joydan -joyga ko'chib o'tish (yuk tashish) ni o'z ichiga oladi. Turistik mahsulot barcha ko'rsatilgan xizmatlar va barcha harajatlarni o'z ichiga olgan umumiy narx bo'yicha taklif etiladi, uning iste'mol xususiyatlari esa shartnoma shartlari asosida amalga oshiriladi.

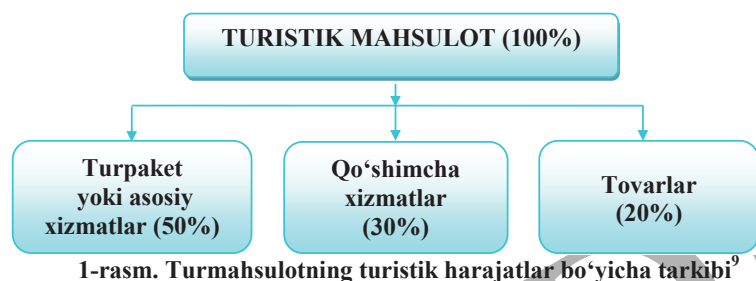
Turist turistik mahsulotlar (turistik xizmatlar, ishlar va tovarlar) iste'molchisidir. Turistik mahsulotlar-turistik asosiy xizmatlardan (bronlashtirish, transfert, joylashtirish, ovqatlanirish, ekskursiyalar), qo'shimcha xizmatlar turistik-ishlardan (foto xizmati, sug'urta, axborot, moliya, bank xizmati)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

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

«Turizm tashkilotchilari nima bilan savdo qiladilar va turistik yo'llanma yoki vaucherni harid qilgan turist bevosita nimaga ega bo'ladi?» degan savol tuG'iladi.

Agar ushbu jarayon diqqat bilan o'rganilsa, unda turist ushbu yo'llanmaning o'rnatilgan muddatida turistik xizmatdan foydalanish huquqiga ega bo'ladi. Turistik yo'llanma (vaucher) bu turistning yoki turistlar guruhining tur tarkibiga kiruvchi turistik xizmatlarga bo'lgan huquqini belgilovchi va bunday xizmatlar ko'rsatilganligini tasdiqlovchi hujjat hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonunining 3-moddasiga asosan: «**Tur – muayyan yo'nalish bo'yicha turistik xizmatlar majmui (joy bandlash, joylashtirish, ovqatlantirish, transport, rekreatsiya, ekskursiya xizmatlari va boshqa xizmatlar) bilan ta'minlangan aniq muddatlardagi turistik sayohat**», deb belgilangan. Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib, turmahsulot bo'yicha turistik harajatlar tarkibi quyidagi holatda bo'ladi:

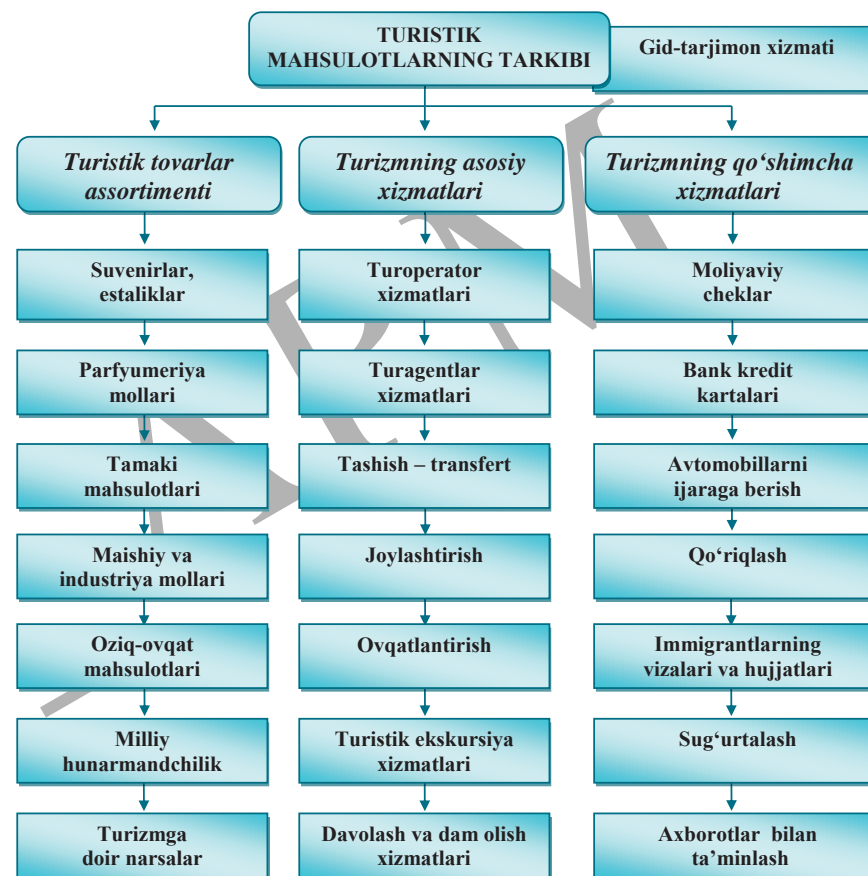


1-rasm. Turmahsulotning turistik harajatlar bo'yicha tarkibi<sup>9</sup>

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

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

<sup>9</sup> Муаллиф ишланмаси



2-rasm. Turistik mahsulotning tarkibiy tuzilishi<sup>10</sup>

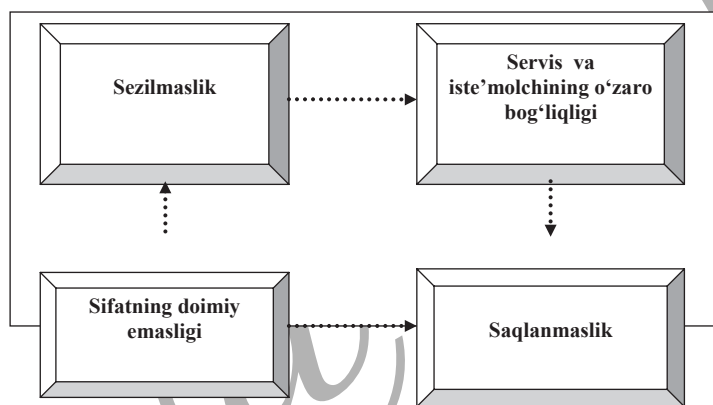
### 6.3. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To'rtta S» bilan ifodalanishi

Turizm xizmat ko'rsatish jarayoni sohaning tashkil etuvchisi sifatida o'z xususiyatlariga va funksiyasiga ega bo'lib, bu uni xo'jalik yuritishning avtonom sohasi ekanligini belgilaydi. Boshqa xizmat turlari kabi turistik xizmatlar o'ziga xos xususiyatlarini shartli ravishda «To'rtta S» bilan belgilasak, quyidagi holatda bo'ladi:

<sup>10</sup> Биржаков М.Б. Введение в туризме. Изд. 9-е, перераб. и доп. – СПб.: Герда, 2014. – 576 с.

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

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



**3-rasm. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To'rtta S» bilan ifodalanishi<sup>11</sup>**

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

**4. Sifatning doimiy emasligi** (xizmatlar sifati ko'p hollarda manbaning holati, xizmat ko'rsatuvchining malakaviy tajribasi, kayfiyatiga bog'liq bo'ladi). Mehmondo'stlik sohasidagi xizmatlar o'zining o'zgaruvchanligi bilan ajralib turadi. Bunday o'zgaruvchanlikning bir necha sabablari mavjud. Birinchidan, bunday turdagi xizmatlar bir vaqtning o'zida ko'rsatiladi va qabul qilinadi, bu esa ularning sifatini nazorat qilish imkoniyatini cheklaydi.

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

#### **6.4. Xizmat ko'rsatish klasslari va xizmatlar paketi**

Xizmat ko'rsatish klasslari taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini belgilash uchun ishlatiladi. Turistik mahsulot turli-tuman xizmatlar yig'indisidan iborat bo'lganligi uchun ularni turistga sotishda darajasini belgilash bilan bog'liq muammolar kelib chiqadi. Turlar va xizmatlarning darajasini belgilash bo'yicha bizning mamlakatimiz bozorlarida ham xalqaro bozorda ham me'yoriy standartlar mavjud emas. Shuning uchun turoperator va turagentlar turni sotishda shartli ravishda tur bo'yicha xizmatlarni lyuks, birinchi klass, turistik klass, ekonom (iqtisod) klass qilib belgilaydi.

<sup>11</sup> Биржаков М.Б. Введение в туризме. Изд. 9-е, перераб. и доп. – СПб.: Герда, 2014. – 576 с.

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

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

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

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

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

#### **Xizmatlar paketi (to'plami)**

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

shakllantiriladi. Tur va uning paketini shakllantirishda turistlar bilan ishlashning ikki varianti mavjud:

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

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

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

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

Turist tomonidan tanlangan xizmatlar tur dasturda shakllantiriladi, narxi hisoblanadi, uni turist turpaketga ega bo'lgach to'laydi. Odatda bunday buyurtmalar agentliklarda shakllantiriladi va so'ng joriy qilish uchun turoperatorga yo'naltiriladi. Buyurtmalarni tez va sifatli ta'minlash uchun bugungi kunda xalqaro turizm turagentliklar va operatorlik kompaniyalari tomonidan zamonaviy kompyuter texnologiyalaridan foydalanmoqda. Xalqaro turizm paketni yaxlitlash muammolari, narxni hisoblash va turni sotishni operativ hal qilish uchun kompyuter va telefaks aloqasidan keng foydalaniladi.

**Inklyuziv tur (IT)** Bu oldindan rejalashtirilgan va dam olishning yoki turizmning ma'lum turi, hamda turistlarning ma'lum ijtimoiy guruhiga va uning yoniga yo'naltirilgan qat'iy xizmatlar to'plamidir. Eng ko'p tarqalgan inklyuziv turlar

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

**Tayanch so'z va iboralar:** Turistik yo'llanma (vaucher), turistik xizmatlar, turistik mahsulot, tur, «To'rtta S», lyuks klass, birinchi klass, turistik klass, iqtisod klass, xizmatlar paketi (to'plami), buyurtmali tur, inklyuziv tur

#### Nazorat savollari

1. Turistik xizmatlarni mohiyatini yoriting
2. Turistik mahsulotlar deganda nimani tushunasiz?
3. Turistik xizmatlarning «To'rtta S» bilan ifodalanishini tushuntiring
4. Xizmat ko'rsatish klasslarini mohiyatini tushuntiring.
5. Xizmatlar paketini mohiyatini tavsiflang

## VII BOB. TURIZM SOHASIDA JOYLASHTIRISH XIZMATLARI

### 7.1. Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari

### 7.2. Mehmonxonona ko'rsatiladigan qo'shimcha pullik xizmatlar

### 7.3. Mehmonxononalarining asosiy turlari

### 7.4. Mehmonxononalarini tasniflash tizimlari

#### 7.1. Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari

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

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

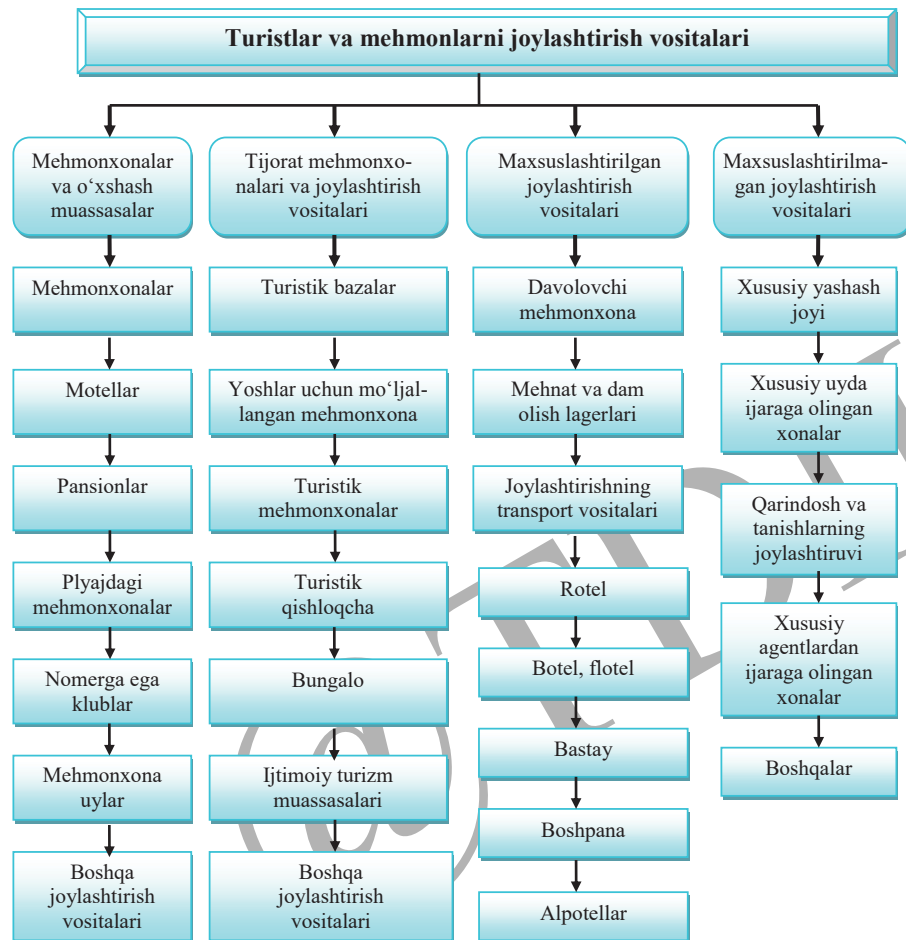
Mehmonlarni ro'yxatga olish, ularning kelishi va ketishini boshqarish, mehmonlarga turli-tuman xizmatlar ko'rsatish mehmonxononaning ma'muriy qismida amalga oshiriladi. Mijozlarga xizmat ko'rsatishni tashkil etish ishining murakkabligi turli-tuman ishlar nomenklaturasining kattaligida bo'lib, bu ularni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

Joylashtirish xizmati asosan quyidagi ishlarni o'z ichiga oladi:

- mehmonlar ularning hujjatlariga ko'ra qabul qilinadi. Ma'mur mehmon bilan yashash joyini (nomer toifasi, uning joylashgan o'zni va sh.k.), ko'rsatiladigan

xizmatlarni, yashash muddatini kelishib oladi. Yashash uchun haq olinadi. Rasmiylashtirish yakunlanganidan keyin mehmonga nomer kartasi va kaliti beriladi.

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



1-rasm. Turistlar va mehmonlarni joylashtirish vositalari<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Соколова М.В. История туризма. Учебное пособие. - М.: Мастерство, 2012. - 352 с.

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

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

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

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

## 7.2. Mehmonxona ko'rsatiladigan qo'shimcha pullik xizmatlar

Mehmonxona qator qo'shimcha pullik xizmatlar ko'rsatadi. Jumladan zarur axborot olish, pasportlar va turistik hujjatlarni rasmiylashtirish, ekskursiyaga ro'yxatga olish, valyuta ayirboshlash, teatr, muzey, konsert zallari, stadionlarga chiptalar sotish, samolyot, po'ezd va boshqa qatnov vositalariga chiptalarni buyurtma qilish, ijaraga avtomobil olish shular jumlasidandir. Ayrim mehmonxonalarda ish yuzasidan tashrif buyurgan mijozlar uchun biznes markazlari tashkil etiladi. Markaz mijoz ishlashi va kasbiy ta'lim olishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi. Biznes markazida hujjatlarni tarjima qilish, qayta chop etish ishlari bajariladi, kompyuter xizmatlari ko'rsatiladi. Markaz teleks va faksimil aloqa vositalari, videomagnitofon va proeksion apparatlar bilan jihozlanadi.

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

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

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

Joylashtirish xizmati nomer fondining ekspluatatsion holati hisobini yuritadi. Har bir nomerni tayyorlash va unga mijozlarni joylashtirishning kundalik tafsilotlariga quyidagilar kiradi: nomer mijozni joylashtirishga tayyorlangan payt; mijozlar kelgan va ketgan paytlar; mijozlarning familiyasi, ismi, otasining ismi; nomer bo'sh qolgan soatlar; yashash narxi va summasi; qo'shimcha xizmatlar narxi va ularga haq to'lash; bronga qo'yish vaqti, nomer ta'mirlashda, sanitariya ishlovi berishda bo'lgan vaqt. Xalqaro statistika bo'yicha mehmonxonalardagi turistlarning talab va ehtiyojlari:

1. Mehmonlarning 95%i dush va 5%i vanna qabul qiladi.

2. Mehmonlarning 40%i ertalab uyG'onishni so'raydi.

3. Mehmonlarning 95% har kuni kamida 1 soat televizor ko'rishadi.

4. Mehmonlar orasida biznes turistlar 40% ni, juft bo'lib sayohat qiluvchilar 43% ni, yolG'iz erkaklar 32% ni, yolG'iz ayollar 22% ni tashkil qiladi.

### 7.3. Mehmonxonalarning asosiy turlari

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

– ishbiarmonlar uchun – umumiy tipda, idoraviy, yig'ilishlar, kengashlar va h.k. uchun;

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

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

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



Mehmonxonalarining quyidagi tipologiyasi jahon amaliyotida ularni har birini batafsil tafsiloti bilan aniq ifodalangan ko'rinishi 1-jadvalda berilgan.

1-jadval

Mehmonxonalar tipologiyasi <sup>13</sup>	
Mehmonxonalarining xili	Tavsifi
<b>Otel-lyuks</b>	O'z siG'imi bo'yicha mehmonxonaning mazkur tipi kichik yoki o'rta korxonalar safiga kiradi. Odatda shahar markazida joylashadi. Yaxshigina ta'lim olgan personal-xodim konferensiya, xizmat uchrashuvlari ishtirokchilari biznesmenlar bo'lib hisoblangan talabchan mijozlarga servisning juda yuqori darajasini ta'minlaydi. Barcha xizmat turlarini o'z ichiga oluvchi nomerlarning narxlarini ancha qimmat turadi.
<b>O'rta (klass) bo'g'inli mehmonxona</b>	O'z siG'imi bo'yicha oteldan katta (400-200 o'rinli) shahar markazida yoki shahar atrofida joylashgan. Etarli darajada keng xizmatlar turini taqdim etadi, ulardagi narxlar u joylashgan mintaqa darajasiga teng yoki undan bir muncha yuqoriroq bo'lishi mumkin. Biznesmenlar, xususiy turistlar, kongress, konferensiya ishtirokchilari va h.k.ni qabul qilishi mumkin.
<b>Mehmonxona-apartament (apart-otel)</b>	SiG'imi bo'yicha kichik yoki o'rta o'lchamli (400 o'ringacha) yirik shaharning doimiy bo'lmagan aholisi uchun xosdir. Vaqtinchalik turar joy sifatida ko'p yillardan beri o'z-o'ziga xizmat ko'rsatishdan foydalaniladigan kvartira (ijara) tipidan tashkil topadi. Mehmonxonaning mazkur tipida narxlar qoidaga ko'ra joylashuv muddatiga bog'liq ravishda (turlanib) to'lanadi. Uzoq muddatga to'xtab o'tuvchi oilaviy turistlarga, biznesmenlarga va ijarachilarga xizmat ko'rsatadi.
<b>Iqtisodiy bo'g'in (klass) mehmonxonasi</b>	Kichik yoki o'rta siG'imli korxonalar (150 o'rinli va undan ortiq) magistral yo'l yoqalarida joylashadi. Xizmatlar to'plamini cheklanganligi, oddiy va tez xizmat ko'rsatish bilan ajralib turadi. Iste'molchilari – ko'rsatilgan (iste'mol qilingan) xizmatlar uchun haqiqiy to'lovni amalga oshirishga intiluvchi va to'liq pansionga muhtoj bo'lmagan biznesmenlar, xususiy turistlar uchun mo'ljallangan.

<sup>13</sup> Тухлиев И.С., Хайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. Т.: Фан ва технология, 2014. – 332 б.

1-jadval davomi

<b>Otel-kurort</b>	O'z siG'imi bo'yicha mehmondo'stlikning to'liq xizmatlar to'plamini taklif etish bilan ajralib turadigan korxonalar. Bundan tashqari, bu erda parhez taomlar va maxsus tibbiy xizmat ko'rsatish majmuasini olish mumkin. Kurort mintaqalarida joylashadi.
<b>Motel</b>	Shahar tashqarisida, shahar bo'yida, magistral yo'l yoqalarida joylashgan oddiy bir yoki ikki qavatli binolar. Bu kichik yoki o'rta korxonalar (400 o'ringacha). Kam sonli xodimlarni o'rta darajali xizmat ko'rsatishi xarakterlidir. Mijozlari bo'lib havaskor avtoturizmga urG'u berilgan turli kategoriyadagi turistlar hisoblanadi.
<b>«Tunash va nonushta» xilidagi xususiy mehmonxona</b>	AQShda keng tarqalgan. Bu mehmonxona kichik (ba'zida o'rta) siG'imli. Shahar atrofida yoki qishloq joylarda joylashgan. Xizmat ko'rsatishga, qoidaga ko'ra, nonushta va uy sharoitidagi engil tamaddi kiradi. Mijozlari bo'lib uy sharoitiga intiladigan tijoratchilar va shu yo'nalishdagi turistlar hisoblanadi.
<b>Otel-garni</b>	Mijozlarga cheklangan miqdordagi xizmatlarni: joylashuv va kontinental nonushtani taqdim etuvchi korxonalar.
<b>Pansion</b>	Xizmatlar darajasini cheklanganligi va oddiy standartli korxonalar. Otel-garnilardan farqli ravishda bu erda nonushta, tushlik va kechki ovqat (to'liq pansion) taqdim etiladi. Biroq ovqatlanish xizmati faqat mijozlargagina ko'rsatiladi.
<b>Mehmonxona-hovli</b>	Otelardan siG'imi, xizmat ko'rsatishi, sodda standartligi bilan ajralib turuvchi korxonalar, uchrashuvlar va mehmonlar tashrifi uchun qator jamoa xonalarining mavjud emasligi bilan ajralib turadi. Mehmonxona-hovli tarkibi (strukturasi)da restoran yoki barning mavjud bo'lishi majburiydir.
<b>Rotel</b>	Tunash uchun mo'ljallangan kreslolar joylashtirilgan bir yoki ikki o'rinli vagonlardan tashkil topuvchi harakatlanadigan mehmonxonadir. Xojatxona, oshxona, muzlatgich va kiyinish uchun mo'ljallangan xonalar mavjud.

#### 7.4. Mehmonxonalarni tasniflash tizimlari

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

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

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

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

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

- byudjet mehmonxonalari – 1 yulduz;
- turistik toifa mehmonxonalari – 2 yulduz;
- o'rtacha toifa mehmonxonalar – 3 yulduz;
- birinchi toifa mehmonxonalari – 4 yulduz;
- oliy toifa mehmonxonalari – 5 yulduz.

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

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

**Tayanch so'z va iboralar:** Otel-lyuks, O'rta (klass) bo'g'inli mehmonxona, mehmonxona-apartament (apart-otel), iqtisodiy bo'g'in (klass) mehmonxonasi, Otel-kurort, Motel, «Tunash va nonushta» xilidagi xususiy mehmonxona, Otel-garni, Pansion, Mehmonxona-hovli, Rotel

#### Nazorat savollari

1. Joylashtirish vositalari deganda nimani tushunasiz?
2. Joylashtirish vositalarida ko'rsatiladigan xizmat turlarini tavsiflang.
3. Joylashtirish xizmati nomer fondining ekspluatatsion holatini tushuntiring
4. Mehmonxonalarni tasniflash tizimini yoritib bering.

## VIII BOB. TURIZM SOHASIDA OVQATLANTIRISH XIZMATLARI

### 8.1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari

### 8.2. Turistlarga ovqatlanish xizmatlarini ko'rsatish

### 8.3. Turizm sohasida ovqatlantirish subyektlari tasnifi

### 8.4. Turizm sohasida ovqatlantirish subyektlari turlari

#### 8.1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari

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

Dunyo bo'yicha ovqatlanish korxonalarining yagona tasniflari mavjud emas. Lekin, shunga qaramasdan ko'p mamlakatlarda ommaviy tarqalgan ma'lum bir ko'rinishdagi (tipdagi) ovqatlanish korxonalari ajratilib ko'rsatiladi. Milliy oshxonaga ega bo'lgan restoranlar ham mavjud bo'lib, ular italyan, xitoy, grek, turk, ingliz, amerika, hind, fransuz, nemis kabi restoranlar bilan mashhur. Ularning ayrimlari narxlarining juda arzonligi bilan ajralib tursa, ayrimlari esa qimmatligi bilan ajralib turadi.

Odatda turistlar, qaysi mamlakatda bo'lsalar, o'sha mamlakatning oshxonasi bilan tanishishga qiziqadilar. Ko'p hollarda mezbon shaharning qiziqarli milliy hamda arzon restoranlari haqida ma'lumot berib o'tadi, milliy restoranlar bilan tanishtirish nuqtai nazarida ham sayohatlar tashkil etiladi. Masalan, Bavariyada

turistlarni Bavariya (Germaniya) oshxonasi bilan, ya'ni mashhur oq sosiskalar hamda bavarcha pivo bilan mehmon qilishadi. Myunxenda esa turistni albatta «Xofbrayxaus»ga, ya'ni eng katta pivo zaliga olib borishadi. Avstriyada dunyoda eng mashhur bo'lgan vencha shnistellarni (katlet turi) tamaddi qilishga olib borishadi va albatta Italiyada esa tushlik ovqatlanish pastasiz (makaronli taom) o'tmaydi. AQSh da va barcha ko'pgina mamlakatlarda afg'oncha, kolumbcha, hindcha, chexcha kabi restoranlar ishlab kelmoqda. So'nggi paytlarda vegeterianlarga xos oshxonalar ham paydo bo'la boshladi, yoki yahudiylar uchun maxsus tayyorlanadigan taomlar restoranlari ham faoliyat ko'rsatib kelmoqda.

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

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

Ovqatlantirishni tashkil etish turistning sog'ligini ham hisobga olgan bo'lishi kerak. Noto'g'ri ovqatlanish, yomon tayyorlangan ovqat zaharlanishga olib kelishi mumkin. Masalan, 40% gacha turistlar Misr va Hindistonga borganlarida diareyadan aziyat chekadilar. Ayniqsa, ko'chadagi mayda sotuvchilar qo'lidagi suv va ovqat shuningdek, restoranlardagi sifatsiz taomlar xavflidir. Ayrim toifadagi turistlar ruhida diniy belgilar bo'yicha umumiy qabul qilgan cheklanishlar (cho'chqa go'shtini iste'mol qilmaslik, ro'za tutish), vegeterianlarni o'ziga xos talablari, bolalar ovqati talablarini ham hisobga olish kerak. Ovqatlanishga bo'lgan bunday talablarning o'ziga xosligini turistlar tur sotib olayotganlarida ko'rsatishlari kerak.

## 8.2. Turistlarga ovqatlanish xizmatlarini ko'rsatish

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

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

Xalqaro turistlarni ovqatlantirish turizm faoliyatida turistlar uchun xizmat ko'rsatishning muhim qismini tashkil etadi. Shuning uchun ham turistlar uchun xizmat ko'rsatish turi ikki qismdan iborat: birinchisi - oshxona va boshqa oziq-ovqatlarni sifati va assortimenti, ikkinchisi - oziq-ovqat va xizmatlarni iste'molchilarga sotishda sifat jarayonini takomillashtirishdir. Sifat va assortiment umumiy ovqatlantirish korxonalarining turiga va uni turli kategoriyalariga qaramasdan barcha uchun bir xil ahamiyatga egadir.

Oziq-ovqat va xizmatlarni turistlarga sotish va iste'molchilarni talablarini qondirish shartlaridan biri bu o'z vaqtida mahsulotlarni sotish va barcha talab qilingan xizmatlarni qondirishdan iboratdir. Masalan: korxonada yoki mehmonxonalarda tez xizmat ko'rsatish hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lib, bularga buyurtma qilingan taomning stolga berilishi tezligi va mijozning o'zini-o'ziga xizmat

qilishi kiradi. Restoranlarda esa xizmat qilish sifati mehnat turlari ya'ni xodimlarni qaysi xizmat bilan shug'ullanishga bog'liq bo'ladi. Bularga ma'muriy xizmat, ofisiantlar, garderozdagilar va boshqalar shu xizmat ko'rsatuvchilar qatoriga kiradi. Ovqatlanish sohasida bu faoliyatining xizmat ko'rsatish sifati va ko'rsatkichlari quyidagilardan iboratdir:

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

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

## 8.3. Turizm sohasida ovqatlantirish subyektlari tasnifi

Hozirgi iqtisodiy modernizatsiyalash jarayonlari amalga oshirilayotgan bir paytda iqtisodiyotning asosiy qismini xizmat ko'rsatish sohasi korxonalari egallamoqda. Ularning ulushi yalpi ichki mahsulotda, iqtisodiyotda band bo'lganlarning tarkibida, davlat byudjetiga to'lanadigan soliqlarda, yangi ish o'rinlarini yaratish kabi eng muhim masalalarda muttasil oshib bormoqda va

kelajakda ham bu jarayonning davom etishi huquqiy-me'yoriy hujjatlar bilan mustahkamlanmoqda.

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

Umumiy ovqatlanish sohasi subyektlarini tasnifiy belgilari va turlari bo'yicha bir-biriga to'g'ri keladigan jihatlari jadvalda ko'rinib turibdi. Ushbu jadvalni tahlil qilganimizda unda ko'rsatilgan ayrim belgilarni biz yuqorida ko'rib o'tdik. Faoliyat muddatiga ko'ra esa – doimiy va mavsumiy turlarga bo'linadi. Mamlakatimizga tashrif buyuruvchi turistlar mavsumiy davrda kelganliklari uchun biz ularga doimiy shaklda xizmat ko'rsata olmaymiz. Shuning uchun biz faoliyat muddatiga ko'ra yilning ma'lum mavsumlarida, kunning aniq bir ovqatlanish davrida turistlarga xizmat ko'rsatamiz. Bundan ko'rinib turibdiki, turizm faoliyatida ovqatlanirish xizmati aniq bir vaqtni belgilashni talab qiladi.

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

- realizatsiya qilinadigan mahsulotlar assortimenti, ularni tayyorlashdagi turli-tumanlik va murakkablik;

Umumiy ovqatlanish sohasi subyektlarining tasniflanishi<sup>14</sup>

№	Tasnifiy belgilari	Tasniflanishi
1.	Maqomiga ko'ra	-jismoniy shaxs maqomiga ega yakka tartibda faoliyat yurituvchi subyektlar; -huquqiy shaxs maqomiga ega subyektlar (korxonalar va tashkilotlar).
2.	Mulk shakliga ko'ra	-shaxsiy yoki xususiy mulkka asoslangan korxonalar; - jamoat mulkiga asoslangan korxonalar; - davlat mulkiga asoslangan korxonalar; - aralash mulkka asoslangan korxonalar; -xorijiy davlatlar va fuqarolar mulkiga asoslangan korxonalar.
3.	Joylashuviga ko'ra	- shaharlarda; - qishloqlarda; - mehmonxonalar qoshida; - mahalla markazlarida; - ta'lim muassasalari qoshida, vagonlarda; - dam olish va sog'lomlashtirish oromgohlarida; - ishlab chiqarish korxonalarida; - turli xildagi klublarda; - bozorlar qoshida; - avtotrassa bo'ylarida; - aeroportlarda; - portlarda; - kemalarda; - boshqa ruxsat etilgan joylarda.
4.	Xizmat shakliga ko'ra	- o'z-o'ziga xizmat ko'rsatuvchi shved stoli usulida; - ofisiantlar xizmatidan foydalanuvchi; - aralash; - mahsulotlarni etkazib beruvchi (uyga, dam olish joylariga, ish joylariga); - ko'chma xizmatni amalga oshiruvchi.
5.	Xizmat darajasiga ko'ra	- lyuks; - oliy; - birinchi; - ikkinchi; - uchinchi daraja.

<sup>14</sup> Шарипов Т. С. Умумий овқатланиш корхоналари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш (Самарқанд вилояти мисолида) и.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. - С.: СамИСИ, 2010.

- texnik jihozlanish- moddiy baza, injener-texnik jihoz va uskunalari bilan ta'minlanishi, bino tizimi, arxitektura-rejalarishi va h.k.;

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

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

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

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

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003- yil 13- fevraldagi 75-sonli qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanish mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalari»da umumiy ovqatlanish korxonalarini quyidagi turlarga bo'linadi va ularga quyidagicha tavsif beriladi<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 13 февралдаги 75-сонли қарори билан тасдиқланган «Ўзбекистон Республикасида умумий овқатланиши маҳсулотларини (хизматларини) ишлаб чиқариш ва сотиш қоидалари»

#### 8.4. Turizm sohasida ovqatlanirish subyektlari turlari

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

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

**Bar-** kichkina restoran, ilgari mayxona deb ham ataganlar. Keng assortimentda har xil ichimliklar sotiladi. Shuning bilan birga barda taomlar, gazaklar, qandolat mahsulotlari ham bo'lishi mumkin. Barlarning vazifasi- bu erga keluvchilarga yaxshi xizmat ko'rsatish, shinam jihozlangan, chiroyli joyda ko'ngildagidek dam olish sharoitini yaratish, musiqa, stereofonik ovoz chiqaradigan apparat, sanoatkorlar chiqishi, televizor, videoeshittirishlarni tashkil qilishdan iborat. Hattoki barda o'yin avtomatlari va 50 dan ko'p kishiga mo'ljallangan raqsga tushish maydonchalari ham

bo'lishi mumkin. Sotiladigan ichimliklar va mahsulotlar turlariga ko'ra barlar quyidagi turlarga bo'linadi: pivo barlari, vino, sut-qatiq, kokteyl-xoll, kokteyl-barlar. Kokteyl-xoll kokteyl-bardan zalining kattaligi, jihozlanishining turli-tumanligi bilan ajraladi. Barlar odatda ma'muriy-madaniy va savdo markazlarida, mikrorayonlarda, restoran, kafe, mehmonxonalar qoshida ochiladi. Binolarning tuzilishiga ko'ra barlar quyidagicha joylashadi:

- vestibyullarda - bu erda kishilar uchrashadilar, suhbat qiladilar;
- restoran barlari - bino ichida, zalda joylashadi;
- yordamchi barlar- mehmonxona qavatlarida joylashadi.
- banket barlari - banket zallarida joylashadi.

**Kafe (qahvaxona)** -iste'molchilar ovqatlanishi va dam olishini ta'minlaydi. Restoran mahsulotlariga qaraganda bularning assortimenti kam. Kafe firma va buyurtma taomlar tayyorlash, mijozlarga etkazib berishdek vazifani bajaradi. Bularning assortimenti cheklangan va taom tayyorlashi murakkab emas. Kafeda issiqchoy, kofe, kakao, muzday sharbatlar, mineral suvlar, qatiq-sut, qandolat va shirin taomlar mavjud. Ikkinchi taom sifatida tayyorlanishi oson bo'lgan -qovurilgan tuxum, sosiska, sardelka, quymoqlar, birinchisiga sho'rva berilishi mumkin. Alkogolsiz kafeda ichimliklar assortimentidan vino-arog mahsulotlari olib tashlanadi, alkogolsiz ichimliklar va qandolat mahsulotlari sotish ko'paytiriladi. Bu kafelarda diskoteka bor. To'ylar, yubileylar, oilaviy tushliklar, yangi taom va mahsulotlar ko'rgazmasi o'tkaziladi.

**Bufet**-bu iste'molchilarga cheklangan turdagi qaynoq va salqin ichimliklar, sovuq taomlar, non-bulka va qandolatchilik mahsulotlari shuningdek, oson tayyorlanadigan issiq va shirin taomlar bilan tezkor xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan korxonadir. Unda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish yoki ofisiantlar tomonidan xizmat ko'rsatish mumkin. Hisob-kitob bufetchi yoki savdo avtomati orqali bajariladi. Bufetlar quyidagi joylarda faoliyat ko'rsatadi: mehmonxonalarda, maktablarda, tomosha maskanlarida, sport maydonlari atrofida, vokzallarda, daryo, dengiz kemalarida, ishlab chiqarish va transport korxonalarida, kurilish va boshqa

muassasalarda. Odatda bufetlar mahsulotlarni o'zlariga qarashli umumiy ovqatlanish korxonalaridan oladi.

**Tayanch so'z va iboralar:** Lyuks toifa, oliy toifa. Restoran, bar, kafe (qahvaxona), bufet.

#### Nazorat savollari

1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlarini tavsiflang
2. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlarining turlarini tushuntiring.
3. Turizm sohasida ovqatlantirish korxonalarida qanday turlarga bo'linadi?
4. Ovqatlantirish korxonalarida iste'molchilarning xizmat ko'rsatish xususiyatlari.

## IX BOB. TURIZM SOHASIDA TRANSPORT XIZMATLARI

### 9.1. Turizmda transport xizmatlarining mohiyati

### 9.2. Turizm sohasida transport vositalari

### 9.3. Turizmda transport xizmatlari turlari va qulaylik darajalari

### 9.4. Havо transportida yo'lovchi tashishni tartibga solishning huquqiy asoslari

### 9.5. Xalqaro avia tashuvlarda asosiy turistik hujjatlarning muhimligi 9.6. "O'zbekiston Havо Yo'llari" MAK tarixi va rivojlanishi

#### 9.1. Turizmda transport xizmatlarining mohiyati

Transport xizmatlarini ko'rsatish qonun hujjatlari bilan mustahkamlangan huquqiy bazaga asoslanadi.

Ushbu hujjatlar:

- 1) turli xalqaro transport tashkilotlari tomonidan;
- 2) mamlakatlarning milliy qonunchiligi doirasida;
- 3) yuk va yo'lovchi tashuvchilarning ichki qoidalariga tarzida ishlab chiqilgan.

Xalqaro turizmni amalga oshirishda transport xizmatlari ko'rsatishning turli jihatlariga alohida diqqat-e'tibor qaratish lozim. Sayohatlar sohasida xalqaro hamkorlik chegaralarining kengayishi bo'xona, chegara va sanitariya nazoratini amalga oshirish normalari va qoidalarini muttasil takomillashtirib borishni taqozo etadi.

Fan va texnika taraqqiyoti odamlarni er yuzining istalgan nuqtasiga tez eltib qo'yishga qodir transport vositalari (ovozdan tez uchar samolyotlar, tezyurar poezdlar, avtomobillar, muzyorar va suvosti transport va b.) paydo bo'lishiga, shuningdek, transport xizmatlari ko'rsatish sohasiga yangi texnologiyalar joriy etilishiga olib keldi. Bu chiptalarni bronlashning global tizimlarida va chiptalar sotishning noan'anaviy usullarida, yuk va yo'lovchi tashuvchilarning charter dasturlari vujudga kelishi va rivojlanishida, turli axborot tizimlari ishlab chiqilishida, yo'lovchi tashishning texnik va texnologik normalarini nazorat qilish elektron qurilmalaridan foydalanishda, ularning xavfsizligini oshirishda o'z ifodasini topmoqda.

Muayyan transport tuzilmalari o'rtasida hamda har bir transport turi doirasida yo'lovchi tashuvchilar o'rtasidagi raqobat kurashi yo'lovchilarga xizmat ko'rsatishning takomillashuvi jarayoniga kuchli turtki berdi. Servis sifati va darajasining oshishi harakatlanadigan tarkibning hozirgi texnik jihozlanishida, yo'lovchilarga qulay va shinam shart-sharoitlar yaratilishida, transport vositalari salonida yo'lovchilarning dam olishi tashkil etilishida, yo'lovchilarni ovqatlantirish sifatining oshishida, transport kompaniyalarining doimiy mijzlari uchun rag'batlantirish dasturlari ishlab chiqilishida namoyon bo'lmoqda. Yo'lovchi tashuvchilar transportda bolalar va nogironlarga, shuningdek, boshqa toifa yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish bo'yicha maxsus tadbirlarni amalga oshirmoqdalarki, bu yo'lovchilar ehtiyojlarini to'laqonli qondirish uchun imkoniyat yaratmoqda.

Turli transport tizimlari o'rtasida yaqin hamkorlik transport xizmatlari ko'rsatish sohasidagi muhim yo'nalishlardan biridir. Yo'lovchilarning xavfsizligini ta'minlash transport xizmatlari ko'rsatishning eng muhim masalasi bo'lib, u harakatlanadigan tarkibdan foydalanish qoidalariga rioya qilishni, transport vositalari harakatini ta'minlovchi turli xizmatlar professional tarzda va uyushqoqlik bilan ishlashi, yo'lovchilar ham xulq-atvor qoidalariga rioya qilishini, ekologik toza transport turlaridan foydalanishni nazarda tutadi.

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

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

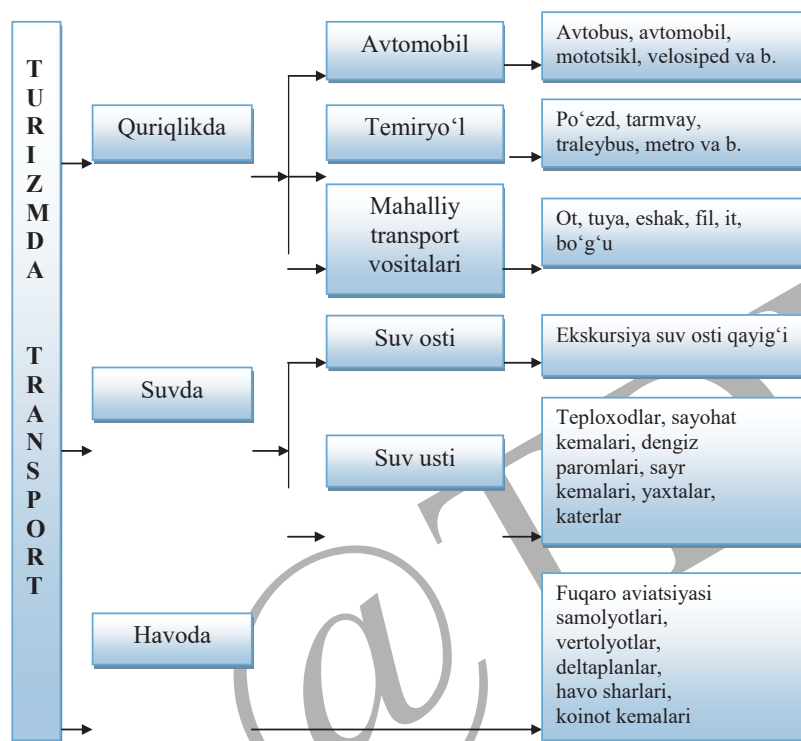
Turizm faoliyat turi sifatida turistlarni doimiy yashash joyidan tashqariga chiqishi bilan uzviy bog'langan va uni transport ta'minotisiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Transport ta'minoti turistik tuzilmaning muhim elementi hisoblanadi va



turistik mahsulotlar tarkibiga kiritilgan asosiy kompleks xizmatlarni tashkil qiladi. Transport korxonalari turizm tizimini shakllantiruvchi turistik korxonalarining alohida ko'rinishlari sifatida qarab chiqiladi.

## 9.2. Turizm sohasida transport vositalari

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



1-rasm. Turizm maqsadlari uchun foydalaniladigan transport vositalarining turlari<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Биржаков М.Б. Введение туризма. Издательский дом. «Герда» 2012. -276 стр.

Turizm faoliyat turi sifatida turistlarni doimiy yashash joyidan tashqariga chiqishi bilan uzviy bog'langan va uni transport ta'minotisiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Transport ta'minoti turistik infratuzilmaning muhim elementi hisoblanadi va turistik mahsulotlar tarkibiga kiritilgan asosiy majmual xizmatlarni tashkil qiladi. Transport korxonalari turizm sohasini shakllantiruvchi turistik korxonalarining alohida ko'rinishlari sifatida qarab chiqiladi.

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

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

- Tashishning er ustida olib yurish turlari bo'yicha;
- Havo orqali tashish turlari;
- Dengiz va daryo suvlari orqali tashish transportlari.

## 9.3. Turizmda transport xizmatlari turlari va qulaylik darajalari

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

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

Transport xizmatlari ko'rsatish qonun hujjatlari bilan mustahkamlangan huquqiy bazaga asoslanadi. Ushbu hujjatlar: 1) turli xalqaro transport tashkilotlari tomonidan; 2) mamlakatlarning milliy qonunchiligi doirasida; 3) yuk va yo'lovchi

tashuvchilarning ichki qoidalari tarzida ishlab chiqilgan bo'ladi. Xalqaro turizmni amalga oshirishda transport xizmatlari ko'rsatishning turli jihatlariga alohida diqqat-e'tibor berish lozim. Sayohatlar sohasida xalqaro hamkorlik chegaralarining kengayishi bojxona, chegara va sanitariya nazoratini amalga oshirish me'yorlari va qoidalarini muttasil takomillashtirib borishni taqozo etadi.

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

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

#### **9.4. Havo transportida yo'lovchi tashishni tartibga solishning huquqiy asoslari**

Aviatahuvlar boshqa transport vositalari bilan xizmat ko'rsatishga solishtirganda bir qancha o'ziga xos xususiyatlarga ega. Bu, eng avvalo, ob-havo sharoitiga ularning bog'liqligi hamda uchish va qo'nish joylaridagi landshaft (ayniqsa, samolyotlar uchun) bilan bog'liq. Bundan tashqari, harakatlanadigan tarkibdan foydalanish shart-sharoitlari aeroportlarni aholi yashaydigan joylardan tashqariga chiqarishga majbur qiladi va yo'lovchilar bevosita uchishga tayyorgarlik ko'rishi uchun ancha ko'p vaqtni taqozo etadi. SHunga qaramay, aviatahuvlar o'zining asosiy ustunligi — manzilga juda tez eltib qo'yishi bilan er usti va suv transporti bilan jiddiy raqobatlashadi.

Aviatahuvlar yo'lovchilar va bagajni tashishning o'ziga xos turi bo'lib, aviatsiya korxonalarini tomonidan havo kemalarida belgilangan haq evaziga, shuningdek tashuvchining er usti transportlarida amalga oshiriladi.

***Ichki aviatahuv*** — uchish joyi, manzil hamda barcha qo'nish joylari bir davlat hududida joylashgan havoda yo'lovchi va yuk tashish.

***Xalqaro aviatahuv*** — uchish joyi va manzil tegishincha ikki davlat hududida; agar boshqa davlat hududida qo'nish nazarda tutilgan bo'lsa, bir davlat hududida joylashgan havoda yo'lovchi va yuk tashish.

***Tashish davri*** quyidagilarni o'z ichiga oladi: *yo'lovchi tashishda* — yo'lovchi aeroport perroniga havo kemasiga chiqish uchun kirgan paytdan u perronni tashuvchining vakolatli shaxslari kuzatuvida tark etgunga qadar; *bagaj tashishda* — bagaj tashish uchun qabul qilingan paytdan u oluvchiga berilgunga yoki belgilangan qoidalarga binoan boshqa tashkilotga topshirilgunga qadar. Bunda perron deganda noharbiy aerodromning yo'lovchilar chiqishi va tushishi, bagaj, yuk va pochmani yuklash va tushirish, shuningdek boshqa xizmat ko'rsatish turlari uchun havo kemalarini joylashtirishga mo'ljallangan qismi tushuniladi.

***Aviatahuvlarni tartibga solish*** xalqaro qonunchilikka (agar tashuv xalqaro xususiyatga ega bo'lsa) yoki milliy qonunchilikka (agar tashuv ichki xususiyatga ega bo'lsa) amalga oshiriladi.

#### **9.5. Xalqaro avia tashuvlarda asosiy turistik hujjatlarning muhimligi**

Xalqaro havo huquqining muntazam havo aloqalari sohasidagi yana bir muhim hujjati 1944- yilda qabul qilingan «Xalqaro fuqaro aviatsiyasi to'g'risida»gi Chikago konvensiyasidir. Ushbu konvensiyada dunyo miqyosida parvozlarni amalga oshirishning bir qancha muhim prinsiplari belgilab qo'yilgan bo'lib, ularga asosan ahdlashayotgan har bir davlat boshqa ahdlashayotgan davlatlarga quyidagi huquqlarni beradi:

- o'z hududi ustidan qo'nmasdan o'tish;
- notijorat maqsadlarida (yonilg'i quyish, ekipajni almashtirish uchun, texnik va boshqa maqsadlarda) qo'nish;
- milliy mansubligi havo kemasiga ega bo'lgan davlat hududida bortga olingan yo'lovchilar, pochta va yuklarni tushirish;
- milliy mansubligi havo kemasiga ega bo'lgan davlat hududiga eltib qo'yilishi lozim bo'lgan yo'lovchilar, pochta va yuklarni bortga olish;

- ahdlashayotgan davlatlardan istalgan birining hududiga eltib qo'yilishi lozim bo'lgan yo'lovchilar, pochta va yuklarni bortga olish hamda shunday hududlardan istalgan biridan kelgan yo'lovchilar, pochta va yuklarni tushirish<sup>1</sup>.

Keyinchalik bu prinsiplar Bitim bo'yicha sherik hamda uchinchi tomon o'rtasida yo'lovchilar, pochta va yuklarni ikkala yo'nalishda o'z hududi orqali yoki o'z mamlakati hududidan o'tmaydigan havo yo'li orqali tashish huquqi bilan, shuningdek Bitimga a'zo bo'lgan boshqa mamlakatning ichki havo yo'llari orqali yo'lovchi va yuklarni tashish huquqi bilan kengaytirildi.

Chikago konvensiyasi bilan qabul qilingan davlatlarning xalqaro uchishlarni amalsha oshirish huquqlari amalda ayrim doiralar bilan chegaralanadi, ular davlatlar o'rtasida havo aloqalarini amalga oshirish uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi, uchishlarning xavfsizligini ta'minlaydi, shuningdek mamlakatlar o'rtasida yaxshi munosabatlar o'rnatilishi va turizmning rivojlanishiga imkoniyat yaratadi.

*Xalqaro havo aloqalarini tartibga soluvchi huquqiy hujjatlar* orasida «Xalqaro havo transporti to'g'risidagi Bitim» (Chikago, 1944 y.); «Xalqaro havo yo'llari orqali tranzit qilish to'g'risidagi Bitim» (Chikago, 1944 y.); «Chet el havo kemasi o'z bortida uchinchi shaxslarga etkazgan zararni qoplash to'g'risidagi Konvensiya» (Rim, 1952 y.); «Havo kemasi bortida sodir etilgan huquqbuzarliklar va boshqa ba'zi bir harakatlar to'g'risidagi Konvensiya» (Tokio, 1963 y.)ni qayd etish mumkin.

***Jahon havo yo'llaridagi faoliyatni tartibga solish uchun*** bir necha xalqaro tashkilotlar tuzilgan bo'lib, ularning maqsadi xalqaro aviatsiya aloqalarini rivojlantirishning strategik yo'nalishlarini ishlab chiqishdan iborat. Eng obro'li tashkilotlar qatoriga Fuqaro aviatsiyasi xalqaro tashkiloti – ICAO (International Civil Aviation Organization) va Havo transporti xalqaro uyushmasi – IATA (International Air Transport Association) kiradi.

<sup>1</sup> Каранг: Чикагская «Конвенция о международной гражданской авиации» 1944 г.

ICAO 1944- yili Chikagoda hukumatlararo tashkilot sifatida tuzilgan bo'lib, bugungi kunda unga jahonning 187 mamlakati a'zo. ICAO tomonidan ko'riladigan asosiy masalalar doirasiga quyidagilar kiradi:

- samolyotlar uchun navigatsiya sistemalarining unifikatsiya qilingan qoidalarini ishlab chiqish;

- uchish xizmatlari faoliyatini muvofiqlashtirish, havo yo'llarining xavfsizligi, shu jumladan muntazam aviatashuvlarga litsenziyalar berish;

- tashkilotga a'zo mamlakatlarga texnik yordam ko'rsatish va sh.k.

2001- yilning sentyabr—oktyabr oylarida Monrealda (ICAO shtab-kvartirasida) ICAOning navbatdagi, 33-chi Assambleyasi bo'lib o'tdi. U 11 sentyabrda AQSHda yuz bergan fojia munosabati bilan xalqaro fuqaro aviatsiyasida uchishlar xavfsizligini oshirishning global strategiyasini ishlab chiqishga chaqirdi. Assambleyada 2004- yildan boshlab: 1) uchishlar xavfsizligini ta'minlash ustidan nazoratni tashkil etishni tekshirish Universal dasturini kengaytirish; 2) uchishlar xavfsizligini ta'minlash maqsadida moliylashtirishning xalqaro mexanizmini yaratish; 3) ICAO Texnik hamkorlik dasturini mustahkamlash; 4) aviatsiyani urush xavfidan sug'urta qilishning xalqaro mexanizmi tamoyillarini ishlab chiqishga qaror qilindi. Bundan tashqari, Assambleya so'nggi yillarda fuqaro havo kemalari bortida intizomsiz yo'lovchilar tomonidan sodir etilayotgan jiddiy hodisalar soni ko'payganligi munosabati bilan maxsus rezolyusiya qabul qildi. Ushbu rezolyusiyaga asosan barcha davlatlarga huquqbuzarlik qaerda sodir etilganligidan qat'i nazar, huquqbuzarlarni sud tartibida ta'qib qilish imkonini beruvchi tegishli qonunlar va qoidalar qabul qilish taklif etiladi.

*Ekologiya xavfsizligi sohasida* Assambleya ICAO Kengashining shovqinni kamaytirish uchun yangi, yanada qattiq standart qabul qilish haqidagi taklifini ma'qulladi. Mazkur standart 2006- yil 1- yanvardan yangi konstruktsiya qilinayotgan havo kemalariga nisbatan amalga kiritiladi.

Aeronavigatsiya masalalarida Shimoliy Qutb orqali aviamarshrutlarning yangi tuzilishini 2002- yil fevraldan amalga kiritish haqida kelishib olindi. Bu Yevropa va Shimoliy Amerikani Markaziy va Janubi-Sharqiy Osiyo bilan bog'lovchi uchishlar

uzoqligini ancha qisqartirish, uchish vaqtini kamaytirish, uchishlarning yanada qulayroq jadvalini tuzish, atrof muhitga etkaziladigan ekologik zararni kamaytirish, yo'lovchilar va aviakompaniyalarga iqtisodiy foyda keltirish imkonini beradi.

IATA 1945- yili Gavanada aviatashuvchilar uyushmasi tarzida tuzilgan. Bugungi kunda unga jahonning 130 mamlakatidan 272 aviakompaniya a'zo. Ular orasida "O'zbekiston Havo Yo'llari" aviakompaniyasi ham bor.

IATA aviakompaniyalar, turistik sanoat va sherik tashkilotlarga ularning ish samaradorligi va rentabelligini oshirish, yo'lovchi va yuk tashishning sifatini yaxshilashda yordam beradi.

*Moliya sohasida* IATA xizmatlari:

- aviakompaniyalarning o'zaro majburiyatlari bo'yicha to'lovlarni qisqa muddatlarda samarali amalga oshirish;

- Internet global axborot tarmog'i orqali o'zaro hisob-kitoblarni kundalik, haftalik yoki oylik rejimlarda amalga oshirish;

- aviakompaniyalarga jahonning turli mamlakatlaridan kelayotgan pul oqimlari va tushumni markazlashtirilgan tartibda boshqarish, IATA pul mablag'larini konvertatsiya qilish va o'tkazish bo'yicha xizmatlar ko'rsatadi, havo harakati ishtirokchilaridan undiriladigan turli aeronavigatsiya va aeroport yig'imlarini kamaytirishga qaratilgan faol siyosat olib boradi (IATA sa'y-harakatlari bilan Afinadagi yangi "Sparta" aeroportida havo kemalarining qo'nishi va to'xtab turishi uchun yig'imlarni 7,5 %ga kamaytirishga muvaffaq bo'lindi), yig'imlar tarzida undiriladigan mablag'lardan aviatsiya infratuzilmasini rivojlantirish uchun foydalanilishiga imkoniyat yaratadi.

Harakatlanadigan tarkibni yonilg'i bilan ta'minlash masalalari ham IATAning diqqat markazida turadi, chunki yonilg'i xarajatlari ulushi o'rta hisobda aviakompaniyalar foydalanish xarajatlarining 15%ni tashkil etadi.

SHu munosabat bilan Uyushma quyidagi masalalarni ko'rib chiqadi: 1) o'zaro til topishni yaxshilash uchun yonilg'i etkazib beruvchilar bilan yig'ilishlar o'tkazadi; 2) yonilg'i xarid qilish bilan bog'liq standartlar va qoidalarni ishlab chiqadi; 3) yonilg'i bilan ta'minlash masalasining barcha jihatlarini ustidan nazorat olib boradi va h.k.

## 9.6. "O'zbekiston Havo Yo'llari" MAK tarixi va rivojlanishi

"O'zbekiston Havo Yo'llari" milliy aviakompaniyasini tashkil etish to'g'risidagi farmon 1992- yil 28- yanvarda imzolandi. SHu sanadan e'tiboran mustaqil O'zbekistonning fuqaro aviatsiyasini rivojlantirish davlat dasturi amalga oshirila boshlandi. U samolyot parkini qayta tashkil etishni, mavjud aeroportlarni rekonstruksiya qilish va yangi aerovokzal komplekslari qurishni, IKAO talablariga muvofiq aeroportlarni qayta jihozlashni, yuqori malakali kadrlar tayyorlash bazasini vujudga keltirishni o'z ichiga olar edi. Mamlakat Havo kodeksi qabul qilindi va tez orada havo harakatini boshqarish tizimini jahon andozalariga muvofiq modernizatsiya qilishga kirishildi.

Bugungi kunda MAK tarkibiga Uchish kompleksi (UK), Aviatsiya texnikasi kompleksi (ATK), Maxsus aviatsiya ishlari aviakompaniyasi (MAI), Ta'minot markazi (TM), Havo aloqalari bosh agentligi (HABA), "Uzbekistan Airways Technik" aviatsiya korxonasi, Havo harakatini boshqarish markazi (HHBM), Ketring, O'quv markazi (O'M) kiradi.

Bugungi kunda "O'zbekiston Havo Yo'llari" milliy aviakompaniyasi jahonning yetakchi aviatashuvchilari qatoridan munosib o'rin egallagan. Aviakompaniyaning xalqaro havo yo'llari Amerika va G'arbiy Yevropadan Yaponiya va Malayziyagacha bo'lgan hududlarni qamrab oladi.

### Tarix sahifalari

1992- yil – Londonga birinchi reys amalga oshirildi. Karachi, Dehli, Kuala-Lumpur, Tel-Aviv, Pekinga yangi xalqaro marshrutlarni o'zlashtirishga kirishildi.

1993- yil – Toshkent birinchi marta A-310 aerobusini qabul qildi. Frankfurt va Bangkoka reyslar ochildi, aviakompaniya MDHda birinchi bo'lib Yevropa sifat sertifikatini oldi.

1994- yil – Afina, Manchester, Seulga reyslar ochildi. Yana bir A-310 aerobusi sotib olindi.

1995- yil – MAK Bahraynga reyslarni amalga oshira boshladi. Toshkent – Nyu-York qit'alararo marshruti o'zlashtirildi. Toshkentda yangi Havo harakatini boshqarish markazining poydevoriga birinchi tosh qo'yildi.

1996- yil – Poytaxt aeroportiga birinchi “Boing-767” qo‘ndi. Oradan besh kun o‘tgach, “Boinge”da SHarjaga reys amalga oshirildi. Tez orada bu samolyotlar Frankfurt, Bangkok, Seul, Pekin, Nyu-Yorkka ucha boshladi. YAngi Havo harakatini boshqarish markazi ishga tushdi.

1997- yil – Aviakompaniya Aviatsiya xavfsizligi Xalqaro Fondining nufuzli Diplomi bilan taqdirlandi. MAKning samolyot parkiga o‘rtacha uzoqlikka uchadigan yangi RJ-85 havo layneri qo‘shildi.

1998- yil – Parij va Dakkaga yangi reyslar ochildi. G‘arbda ishlab chiqarilgan samolyotlarga C-check hajmida texnik xizmatlar ko‘rsatish huquqini beruvchi JAR-145 Yevropa sifat sertifikatini topshirildi. Uchinchi A-310 samolyoti sotib olindi.

1999- yil – Toshkent – Kiev – Nyu-York yangi qit‘alararo trassasi ochildi. YApon turistlarini Nagoyadan Toshkentga tashish bo‘yicha charter dasturi bajarildi. Er-Riyodga reys ochildi. YAngi “Boing-757” havo laynerlari olindi.

2000- yil – Rim, Birmingem, Amritsarga yangi marshrutlar ochildi. Aviakompaniya aviabiznesdagi xizmatlari uchun “Evromarket 2000” sovrini bilan taqdirlandi. Toshkent aeroportidagi er usti asbob-uskunalarini almashtirish bo‘yicha yirik loyiha amalga oshirildi. Buning natijasida Toshkent aeroporti Evrosiy qit‘asining eng zamonaviy havo gavanlari qatoriga qo‘shildi.

2001- yil - Toshkent – Osaka yangi xalqaro reysi ochildi.

2002- yil – Faoliyat doirasi kengayishi va xalqaro bozorga chiqilishi munosabati bilan Aviata‘mirlash zavodi Uzbekistan Airways Techniss korxonasiga aylantirildi. Toshkent – Narita – Osaka reysini ochish to‘g‘risidagi shartnoma imzolandi. Uzbekistan Airways technics texnik xizmat ko‘rsatish markaziga A-310 va Boing 757, 767 samolyotlarida aviata‘mirlash ishlarini bajarish huquqini beruvchi ikkinchi sertifikat topshirildi. Alitaliya kompaniyasi bilan shering bitimi tuzildi. “O‘zbekiston Havo Yo‘llari” milliy aviakompaniyasi bilan Vinnitsadagi aviata‘mirlash zavodi o‘rtasida hamkorlik to‘g‘risidagi bitim imzolandi.

2003- yil – “O‘zbekiston Havo Yo‘llari” milliy aviakompaniyasi bilan Novosibirs aviata‘mirlash zavodi o‘rtasida Mi-8 MTV vertolyotini ta‘mirlash to‘g‘risida shartnoma tuzildi. Toshkent – Birmingem – Nyu-York marshruti bo‘yicha

birinchi reys amalga oshirildi. “O‘zbekiston Havo Yo‘llari” II-114-100 yangi komfortabel layneridan mahalliy havo yo‘llarida foydalana boshladi. Toshkent aeroportida teleskopik trap ishga tushirildi. RJ-85 samolyotida Hirotga birinchi charter reys amalga oshirildi. Xanoy va Xoshimiga reyslar ochildi. Uzbekistan Airways Technics korxonasi A-310 samolyotlarida IL-check hajmida ishlarni bajarish huquqini qo‘lga kiritdi. “O‘zbekiston Havo Yo‘llari” aviakompaniyasi yangi Boing-767-300ER avialaynerini sotib oldi.

2004- yil - 26-chi Moskva Xalqaro konferensiyasida Toshkent xalqaro aeroporti 2003- yilning Eng yaxshi aeroporti tanlovida “Jadal rivojlanayotgan aeroport” nominatsiyasida Faxriy yorliq va Kichik kubok bilan taqdirlandi, Samarqand xalqaro aeroporti esa Yilning eng yaxshi aeroporti tanlovida 100000 kishigacha bo‘lgan yo‘lovchilarni tashish hajmi nominatsiyasida Faxriy yorliq bilan mukofotlandi. MAK Sankt-Peterburgga ikkinchi reys ochdi. Yaponiyaga reyslar soni oshirildi. MAK Toshkent – Riga – Nyu-York marshruti bo‘yicha muntazam uchishlar tashkil qildi.

Bugungi kunga kelib MAK samolyotlar parkida ettita “Boing” bor. Yilning oxirigacha ularning soni o‘ntaga etadi. Xalqaro charter yuk va yo‘lovchi tashishni rejalashtirish va ta‘minlash borasida to‘plangan katta tajriba, “O‘zbekiston Havo Yo‘llari” milliy aviakompaniyasida barcha yo‘nalishlar, shu jumladan Xurgada (Misr), Urumchi (Xitoy), Antaliya (Turkiya), Aleppo (Suriya), Dubay (BAA), Utapao (Tayland) kabi ommaviy turistik marshrutlar bo‘yicha uchishga litsenziyalarning mavjudligi charter tashuvlari bozorida muvaffaqiyatli ish olib borish imkonini beradi.

**Tayanch so‘z va iboralar:** Ichki aviatashuv, Xalqaro aviatashuv, Tashish davri, Aviatashuvlarni tartibga solish, ICAO, IATA

#### **Nazorat savollarir**

1. Turizm sohasida transport xizmatlarining xususiyatlari
2. Turizm sohasida transport vositalari turlari
3. Turizm sohasida transport xizmatlari turlari va qulaylik darajalari
4. Havo transportida xizmat ko‘rsatish xususiyatlari
5. Turizmدا suv transporti xizmatlari

## X BOB. GID-EKSKURSIYA XIZMATLARINI AMALGA OSHIRISH

### JARAYONLARI

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

#### 10.2. Gid-ekskursiyachi xizmatlarining mohiyati va tasnifi

#### 10.3. Yangi gid-ekskursiya xizmatlarini tayyorlash texnologiyalari

#### 10.4. Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini baholash metodikalari

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

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

**Turist** - Oʻzbekiston Respublikasi hududi boʻylab yoki boshqa mamlakatga sayohat qiluvchi (doimiy istiqomat joyidan turizm maqsadida joʻnab ketgan) jismoniy shaxs<sup>17</sup>.

**Ekskursant** -tunab qolmaydigan va ekskursiya marshrutida 24 soatdan koʻp boʻlmaydigan shaxsning sogʻlomlashtirish, maʼrifiy, kasbiy-amaliy, qiziqish, koʻrish, bilish, tanishish yoki boshqa maqsadlarda sayohatga chiquvchi hisoblanadi.

##### **Ekskursiya xizmatlari quyidagi talablarga javob beradi:**

1. Ekskursiya xizmatlari iqtisodiy faoliyatni bajaradi (turistik firma ekskursiya marshrutlarini sotishdan daromad oladi, ekskursiya aʼzolaridan tushgan mablagʻ hisobiga daromad oladi, gid-tarjimon ish oʻrinlari yaratiladi, ekskursiya obyektida turistik infratuzilmalar hosil boʻladi);

2. Ekskursiya xizmatlarining gʻoyaviy siyosiy faoliyati (vatanning tarixiy meroslari, yangi texnologiyalar bilan tanishishda gʻurur hissi, siyosiy moʻtadillikni sezish xususiyatlari paydo boʻladi);

3. Ekskursiya xizmatlarining umumiy taʼlim berish faoliyati (ekskursiya ekskursantlarga universal bilim beradi-tarixiy madaniy meros haqida, ishlab chiqarish haqida, madaniy-maʼrifiy maʼnaviyat haqida, sanʼat haqida, yangi texnologiyalar va h.k.);

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

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

##### 10.2. Gid-ekskursiyachi xizmatlarining mohiyati va tasnifi

**Gid-ekskursiyachi tushunchasi** turistlar guruhini boshqaradi; diqqatga sazovor joylarga ekskursiya oʻtkazadi; ekskursiya Mavzusini, marshrutini ishlab chiqadi; Mavzu boʻyicha materiallar toʻplaydi; ekskursiyaning matnini tuzadi,

<sup>17</sup>Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги Қонуни //«Халқ сўзи» газетаси, 1999.

materiallarini hikoya qilib beradi; «gid portfeli»ni tahlaydi; ish jarayoni yuqori darajadagi muloqot madaniyatini talab qiladi.

Gid- ekskursiyachi quyidagi bilim, ko'nikma va malaka talablari ega bo'lishi lozim: tarix, adabiyot, geografiya, iqtisodiyot, siyosat, jurnalistika sohalariga qiziqishi; ekskursiya o'tkazish metodikasi va texnikasini, ekskursantlarga xizmat ko'rsatish tartibini bilishi; kamida ikkita xorijiy tilda erkin muloqot qila olishi; tahlil, mulohaza qilishi; hujjat va materiallar bilan ishlay olishi kerak.<sup>18</sup>

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

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

<sup>18</sup>Амридинова Р.С. Мехнат ресурсларини бошқариш асосида туризм хизматларининг рақобатбардошлигини ошириш йўллари (Самарқанд вилояти туризм корхоналари мисолида) и.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. - С.: СамИСИ, 2012.

san'at va zamonaviy san'atni milliy o'yinlar, milliy hunarmanchilik va hokazolarni o'rgatadi, dunyoqarashni kengaytiradi.

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

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

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

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

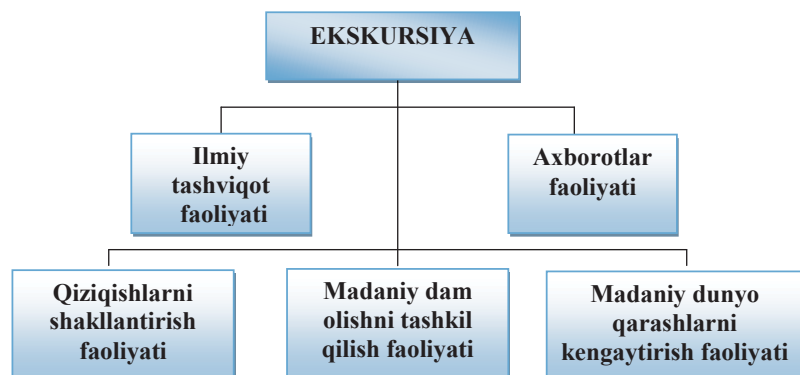
1. Tarixiy Mavzudagi ekskursiyalar;
2. Harbiy-tarixiy Mavzudagi ekskursiyalar;
3. Ishlab-chiqarish Mavzusidagi ekskursiyalar;
4. Tabiashunoslik Mavzusidagi ekskursiyalar;
5. San'at yo'nalishlari Mavzularidagi ekskursiyalar;
6. Adabiyot Mavzularidagi ekskursiyalar;
7. Me'morchilik, shaharsozlik Mavzularidagi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

#### **10.3. Yangi gid-ekskursiya xizmatlarini tayyorlash texnologiyalari.**

Yangi ekskursiya xizmatlarini tayyorlash asosan quyidagi 3 bosqichda bajariladi:

**I-Bosqich** – Bu bosqichda yangi ekskursiya Mavzusi tanlanadi, ilmiy-amaliy manbalar o'rganiladi, ushbu ekskursiyaning obyektlari Mavzu bo'yicha tanlanadi.

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



1-rasm. Ekskursiya xizmatining asosiy faoliyati<sup>19</sup>

**III -Bosqich** –Bu bosqichda ekskursiya loyihasi himoya qilinadi, marshrut oldindan o‘rganilib chiqiladi, ekskursiya rahbari tayinlanadi, ekskursiyaning gid-boshlovchisi tayinlanadi va ekskursiya loyihasi tasdiqlanadi. Ekskursiya xizmatini o‘tkazish jarayoni 3 qismdan iborat bo‘ladi: kirish, asosiy qism va xulosalar.

1. Ekskursiyaning kirish qismi asosan 2 bo‘limdan iborat hisoblanadi:

- a) ekskursiya guruhi bilan tanishuv;
- b) ekskursiyachilarning ekskursiya marshrutida bo‘lgan paytida hayot xavfsizligini ta‘minlash haqida ko‘rsatiladigan chora-tadbirlar (xavfsizlik mezonlari);
- c) axborotlar (Mavzu haqida qisqacha axborot, marshrut muddatlari haqida, ekskursiyaning boshlanishi va tugashi, sanitariya-tibbiyot holati, ekskursiyachilarning taassurotlari).

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

<sup>19</sup> Муаллиф ишланмаси

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

#### 10.4. Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini

##### baholash metodikalari

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

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

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

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

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

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



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

1-jadval

**Gid-ekskursiyachi mutaxassisligini egallash bosqichlari<sup>20</sup>**

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

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

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

**Tayanch so‘z va iboralar:** «Ekskursiya», Ekskursant, Gid-ekskursiyachi, Gid

**Nazorat savollari**

1. Turistik-ekskursiya xizmatlarining asoslari va huquqiy me‘yorlari
2. Ekskursiya xizmatlariga qo‘yiladigan asosiy talablar

3. Ekskursiya xizmatlarini tasniflashda qanday belgilarga e‘tibor beriladi?
4. Gid-ekskursiyachi xizmatlarining mohiyati va tasnifi.
5. Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini baholash metodikalari
6. Yangi gid-ekskursiya xizmatlarini tayyorlash texnologiyalari

<sup>20</sup> Биржаков М.Б. Введение в туризм. Изд. 9-е, перераб. и доп. – СПб.: Герда, 2014. – 576 с.

## XI BOB. TURIZM MARSHRUTLARINI ISHLAB CHIQUISH

### JARAYONI

#### 11.1. Turizm marshrutlarining turlari va tasnifi

#### 11.2. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish bosqichlari va texnologik haritasini tuzish

#### 11.3. Turlarni shakllantirishda xizmat ko'rsatish dasturini tayyorlash jarayoni

#### 11.4. Turistik marshrut tavsifi

##### 11.1. Turizm marshrutlarining turlari

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

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

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

**Turistik marshrutlar.** «Marshrut» so'zi aniqlangan, belgilangan yo'lni bildiradi. Marshrut so'zi faqat turizm sohasida tegishli emas balki, insonlarning turizm bilan bog'liq bo'lmagan doimiy, muntazam ravishda ma'lum tomonga, aniqrog'i o'ziga ma'lum geografik manzilga harakatlanishini ham anglatadi. Turistik marshrut deyilganda, bu yo'ldan turist maqomini olgan yakka inson yoki insonlar

guruhi yuradigan harakatlanadigan, ma'lum bir makonga boradigan va qaytadigan yo'l tushiniladi.

Hozirgi paytda turizm marshrutlari quyidagi marshrutlarga bo'linadi:

1. Qadimgi marshrutlar.
2. Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi marshrutlar.
3. O'zgartirilgan marshrutlar
4. O'zgar olmaydigan marshrutlar
5. Tiklanadigan marshrutlar.
6. Tiklanmaydigan marshrutlar
7. Yangi, zamonaviy marshrutlar.

**Qadimiy marshrutlar** insoniyatning to buyuk geografik kashfiyotlargacha bo'lgan davrni o'z ichiga oladi. Dastlabki marshrutlar oldindan o'rganiladigan joylarga sayohatlar uyushtirish hisoblanadi. Insoniyat taraqqiyotida qadimiy ibtidoiiy odamlarning ovqat izlab ko'chib yurishlarining izlari ham hozir topilgan, isbotlangan. Eng katta va dastlabki sayohat Misr firaoni Nexao topshirig'i bo'yicha Afrikaning dengiz qirg'oq chiziqlari bo'ylab amalga oshirilgan 3 yillik sayohati hisoblanadi. Bu sayohatni Finikiyaliklar amalga oshirdi. Ular kemalarda Qizil dengizdan Hind okeaniga chiqishdi, 3 yildan so'ng Gibraltar bo'g'ozidan o'tib O'rta er dengizi orqali Misrga etib kelishdi. Bunday sayohatlar tarixda juda ko'plab qayd qilingan. Nexao topshirig'i bo'yicha finikiyaliklar sayohatini keltirganimizning bosh sababi shundaki, aynan shu sayohatdan keyin 2 ta qit'a nomlandi:

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

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

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

Dengizlar orqali amalga oshirilgan marshrutlar: Fernando Magellanning er shari bo'ylab sayohati, Robert Skott va Raul Amundsen, shimoliy va janubiy qutblarga sayohatlari, Semyon Dejnyov va Vitus Beringning shimoliy muz okeani bo'ylab sayohatlari, M.Lazarov va N.Lisyanskiyning janubiy qutbga sayohati, Mikluxo

Maklay sayohati, Xristofor Kolumb va Jeysms Kukning okeanlar bo‘ylab sayohat marshrutlari.

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

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

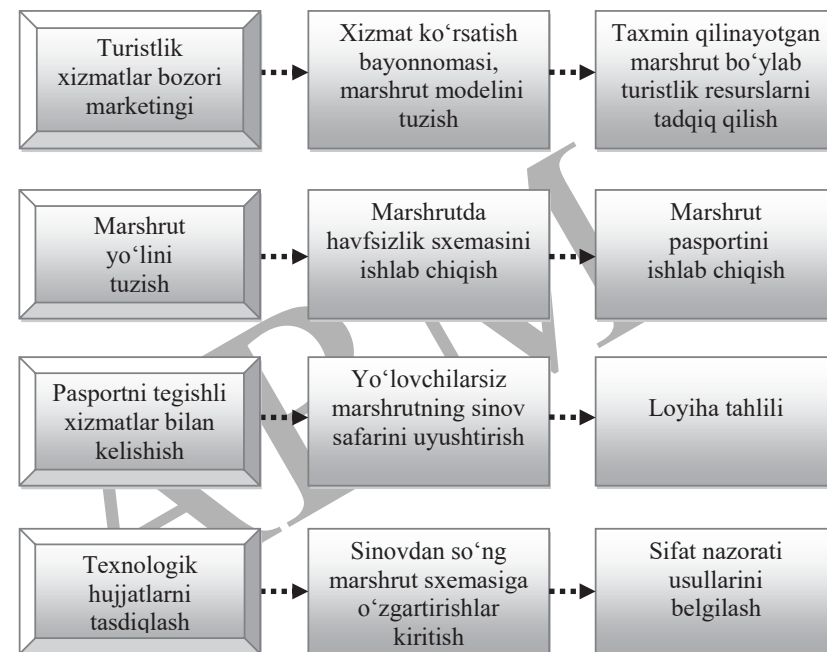
**Yangi zamonaviy marshrutlar** Yevropada va Amerikada dastlabki avtomobillar, poezdlar va samolyotlar, bug‘ bilan suzadigan kemalar ixtiro qilingan XVII–XVIII asrlarga to‘g‘ri keladi.

### 11.2. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish bosqichlari va texnologik haritasini tuzish

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

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

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



2-rasm. Turistik marshrutini ishlab chiqish bosqichlari va tasdiqlash ketma-ketlik rasmi<sup>21</sup>

<sup>21</sup> Соколова М.В. История туризма. Учебное пособие. - М.: Мастерство, 2012. - 352 с.

**Marshrut bo'yicha turistik sayohatining  
TEXNOLOGIK HARITASI**

**1. Marshrutning asosiy ko'rsatkichlari**

Marshrutning Mavzusi \_\_\_\_\_  
 Marshrut turi \_\_\_\_\_  
 Murakkablik darajasi \_\_\_\_\_  
 Marshrut uzunligi (km), jumladan yayov, qayiqda, transportda \_\_\_\_\_

**2. \_\_\_\_\_ marshrut bo'yicha turistlar va sayohatlarga xizmat  
ko'rsatish dasturi**

Ekskursiya obyektlari	Ekskursiya obyektiga kirish	Ekskursiya obyektidan chiqish	Ekskursiya obyektlar orasidagi masofa va harakatlanish usuli	Dam olish va ovqatlanish manzili	1 kishi uchun harajatlar

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

1- turistik firma \_\_\_\_\_  
 2- turistik firma \_\_\_\_\_  
 3- turistik firma \_\_\_\_\_

Muhr: \_\_\_\_\_

**3. SAFAR TRASSA PASPORTI**

3. Turistik korxonaning nomi \_\_\_\_\_  
 Turizm turi \_\_\_\_\_ safar trassasi \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 asosiy geografik punktlar nomi \_\_\_\_\_

Uzunligi \_\_\_\_\_ km, davomiyligi \_\_\_\_\_ sutka

Guruhdagi turistlar soni \_\_\_\_\_ nafar

Ish davri \_\_\_\_\_ dan \_\_\_\_\_ gacha

Pasport tuzilgan payt 201 \_\_\_\_\_ yil, \_\_\_\_\_ nusxada

O'zgarishlar kiritilgan: 201 \_\_\_\_\_ yil, \_\_\_\_\_ sahifa

200 \_\_\_\_\_ yil \_\_\_\_\_ sahifa

Pasport nusxalari jo'natilgan:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

**4. Safar trassasini bosib o'tish rejasi**

Yo'l kunlari	Trassa uchastkasi	Km	Harakat vositasi

Jami faol harakat vositalari bilan \_\_\_\_\_ km.

**Safar trassasining qisqacha tavsifi, yo'lning murakkab  
uchastkalarining bayoni**

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

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

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

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

№	Mavzu	Mashg'ulotlar soat hajmi	O'tkazish shakli

4. Yo'llanma ilova varaqasi matni uchun tavsiyalar. Yo'llanma matniga turistik

jihozlar, kiyim-kechak, poyafzal bo'yicha tavsiyalar kiritadi.

5. Trassani bosib o'tish uchun turistik jihozlari:

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

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

6. Safar trassaning obodonchiligi

Markirovka (ramziy belgilar) \_\_\_\_\_

Dam olish joyi, tunash joyi, pana joylar, yo'l obodonchiligi \_\_\_\_\_

Korxonada direktori \_\_\_\_\_

Katta instruktor \_\_\_\_\_

### «Kelishilgan»

(kelishuvchi tashkilotlar imzosi)

#### 11.3. Turlarni shakllantirishda xizmat ko'rsatish dasturini tayyorlash jarayoni

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

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

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

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

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

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

- sayohat marshruti;
- xizmatlar ijrochisi bo'lgan – turistik korxonalar ro'yxati;
- xizmatlar ijrochisi bo'lgan har bir korxonada taqdim etadigan turlar vaqti;

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

«Turistik sayohati» xizmatini loyihalashtirishning natijasi quyidagi turistik korxonasi texnologik hujjatlarini hisoblanadi:

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

«Turistik safari» xizmatini loyihalashtirish quyidagilarni nazarda tutadi:

- turistik safari kechadigan hudud va marshrutni ekspeditsion tekshiruvini o'tkazish;
- turistik safar yo'lidagi (trassadagi) joylashtirish va uskunalari, turar joylar loyihalarini ishlab chiqish va tayyorlash;
- zaruriy turistik jihozlari, uskunalarni va transport vositalarini sonini hisob-kitob qilish;
- turizm bo'yicha yo'riqchi-uslubchilar, boshqa xizmat ko'rsatuvchi personalga bo'lgan talabni aniqlash hamda ularning tayyorgarligini tashkil etish;
- safar yo'li bayonnomasi ko'rsatilgan reklama – axborot materiallarini tayyorlash;
- «turistik safar» xizmati xavfsizligi bo'yicha choralarni belgilash.

Safar yo'lini ishlab chiqish hududlar bo'yicha mo'tadil iqlim sharoiti, ekologik va sanitariya me'yor va talablariga javob beradigan, amaldagi me'yoriy hujjatlarda

belgilangan tarzda (SSBT, tabiat muhofazasi sohasi standartlariga mos keladigan), hamda aniq turizm turi rivojining real imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi.

#### 11.4. Turistik marshrut tavsifi

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Yuqorida qayd etilganidek, turmahsulot turistlarga paket («pekidj») larda sotiladi. Turoperator turagentlarga komission chegirmalar taqdim etadi yoki turagent o'z xizmatlari – reklama, mijozlarni topish, hujjatlarni rasmiylashtirish va boshqalar uchun ustama haq qo'yadi. Shu bilan birga, paketdagi taqdim etilayotgan turning narxini hisoblashni bilish lozim. Turmahsulotning narxini normativ kalkulyastiya usuli bilan hisoblash mumkin. Unga turistlarga xizmat ko'rsatish va turistlar guruhini kuzatish bilan bog'liq bo'lgan barcha sarf-harajatlar kiradi.

**Tayanch so'z va iboralar:** Turistik marshrutlar, Qadimiy marshrutlar, Buyuk geografik kashfiyotlar, Yangi zamonaviy marshrutlar, pekij-tur, eksklyuziv-tur, turistik safari.

#### Nazorat savollari

1. Turizm marshrutlarining tasnifi
2. Turizm marshrutlarini ishlab chiqishning asosiy bosqichlari
3. Turizm marshrutlarining texnologik haritasi
4. Turlarni shakllantirishda xizmat ko'rsatish dasturi
5. «Turistik safari» xizmatini loyihalashtirishga qo'yiladigan talablar.

## XII BOB. TURIZM IND USTRIYASI VA INFRATUZILMASI

### 12.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi tushunchalarining mohiyati

### 12.2. Turoperatorlar va ularning faoliyati

### 12.3. Turistik agentliklar va ularning faoliyati

### 12.4. O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari

#### 12.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi

##### tushunchalarining mohiyati

Bugungi kunda «turizm industriyasi» tushunchasining ko'plab ta'riflari mavjud bo'lib, bunday ta'riflardan eng ishonchli va mukammalloqlaridan biri Birlashgan MillatlarTashkilotining 1971-yilda o'tkazilgan savdo va taraqqiyotga bag'ishlangan anjumanida berilgan edi<sup>22</sup>. Ushbu anjumanda e'tirof etilganidek, turizm industriyasi turistlar ehtiyojini qondirish uchun turistik mahsulotlar yaratishga yo'naltirilgan barcha turistik tashkilotlarning turli faoliyatlar yig'indisidan iborat.

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

Hozirgi kunda faol iste'molchi o'ziga kerakli, xizmatlar haqida individual tasavvurini shakllantiradi va bu taklifga bevosita ta'sir o'tkazadi. Natijada turizm industriyasi o'z tarkibini o'zgartirib, yangi, zamonaviy turistning xohish-istaklari hisobga olingan turistik-rekreasion obyektlarni yaratadi hamda turistlarga xizmat ko'rsatish sohasiga yashash tarzining qulayligi va ko'rsatilayotgan xizmatlarning yuqori sifatligini, originalligini ta'minlash uchun zarur bo'lgan yangi faoliyat turlarini jalb etadi. Bu esa, o'z navbatida, turizm infratuzilmasini tashkil etuvchi

<sup>22</sup> <http://www.unwto.org>

muhit va resurslardan jadal foydalanishga hamda avvallari turistik hisoblanmagan yangi resurslarni (qishloq va ekologik turizm) muomalaga jalb etishga undaydi. Turizm industriyasi mavjud resurslardan shunchaki foydalanib qolmasdan, balki muhitga nisbatan o'z individual talabini shakllantirib, o'zaro ta'sir harakterini o'zgartiradi.

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

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

Taraqqiyotning hozirgi bosqichida mamlakatning yoki turistik markazning ijtimoiy tuzilishidan qat'iy nazar turizm industriyasida turistik faoliyatni amalga oshiruvchi bir qancha turli xildagi korxonalar, chunonchi: turizmni tashkillashtiruvchi turoperator va turistik agentliklar mavjud. Bundan tashqari turistlarni tashuvchi, mehmonxonalar va joylashtirish tizimining boshqa korxonalari, umumiy ovqatlanish, attraksionlar va ko'ngil ochar joylari, shuningdek, ular qatoriga bank sohasidagi muassasalar, sug'urta xizmati va boshqalar kiradi. Turizmning maxsus turlarida davolash muassasalari, o'qitish tizimi muassasalari hamda aniq turistik mahsulotning maqsadlariga muvofiq keladigan sport va boshqa muassasalar ishtirok etishlari mumkin. Bu tashkilotlarning barchasi bir-birlarini uyg'un ravishda to'ldirishi va iste'molchi uchun zarur bo'lgan hamda assortiment bo'yicha etarli darajadagi barcha xizmatlarni ko'rsatadi.

Turizm infratuzilmasi tushunchasi- turistik faoliyatni amalga oshirishda turistlarning turistik resurslaridan bemaol foydalanishini ta'minlovchi bino va

inshoatlar tizimi, muxandislik va kommunikasiya tarmoqlari, shu jumladan yo'llar, turizmning turli xizmat ko'rsatish korxonalari va ularni kerakli darajada ishlatish va ta'minlash tushuniladi.

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

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

### **12.2. Turoperator va ularning faoliyati**

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

**Turoperator bu– tijorat maqsadi uchun turizm mahsulotini sotishga taklif etuvchi, uni tayyorlash va rejalashtirishda bevosita ishtirok etuvchi turizm**

**bozorini faol subyekti hisoblanadi.** Turoperator o'z faoliyati davomida vakolat imtiyoziga ega haridor agentlari nomidan turistik xizmatlarni bir necha muddat ilgari harid etish, bronlashtirish, o'zlashtirish, turpaketlar hozirlash jarayonlarini ham amalga oshiradi.

Turoperator – turistik paket ishlab chiquvchi sifati u turistik yo'nalishlar ishlab chiqish va turlar komplektastiyasi bilan shug'ullanadi, ularning amal qilishini ta'minlaydi, reklamani tashkil qiladi, bu yo'nalishlar bo'yicha narxlarni hisoblaydi, turlarni to'g'ridan-to'g'ri yoki turistik agentliklar vositasida turistlarga sotadilar. Turoperator turistlarni turli turistik xizmatlardan tanlash imkonini ta'minlab beradi va bir vaqtning o'zida boshqa shahar va joylarda xizmat ko'rsatishga buyurtma berish vazifasini o'z zimmasiga olib osonlashtiradi.

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

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



sifatida emas, balki yangi mahsulotlar ishlab chiqaruvchi sifatida ko'rib chiqish lozim. Shunda u haqiqatga to'g'ri bo'ladi, turoperatorning asosiy faoliyati turlar yoki turpaketlarni shakllantirishdan iboratdir.

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

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

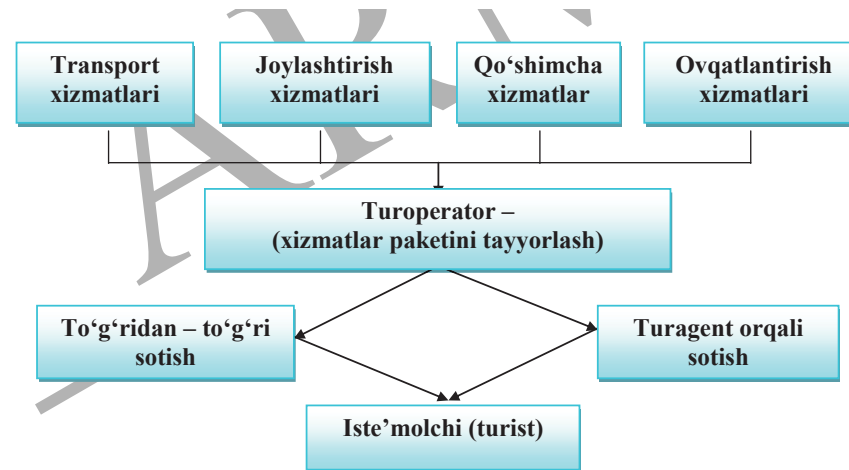
1. Imkoniyatlar tahlili;
2. Talabni o'rganish;
3. Istiqbolni rejalashtirish;
4. Xizmatlarini ta'minlovchilar bilan shartnomalar tuzish;
5. Tashuvchilar bilan shartnomalar tuzish;
6. Putyovka (yo'llanma) bahosini ishlab chiqish va realizastiya qilish;
7. Turni tovar-metodik jihatdan ta'minlash;
8. Turistlarni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

### 12.3. Turistik agentliklar va ularning faoliyati

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

Agentlashtirish sohasida faoliyatning bir nechta turlari farqlanadi, shaxs nomidan va korxonaning topshirig'i bo'yicha turlarni sotish. Mohiyatan bu turli

xildagi turoperatorlarning «turistik yo'llanmalar do'koni» dir. Turistik yo'llanmada doimo bunday sotishni amalga oshirgan turoperator va turagentning barcha rekvizitlari to'liq ko'rsatiladi, agentlik foizi tushunchasi bor bo'lgan mamlakatlarda, agentlik foizining summasi doimo turistik xizmatlarning cheki yoki vaucherida ko'rsatilgan bo'ladi. Bunday mamlakatlarda yo'llanmalar **vaucheri** bo'lib, unda kassa apparatidagi ma'lumotni yozib qo'yish uchun maxsus xoshiya mavjud. Bunday holda agentlikning o'zi barcha oqibatlari va javobgarlikni bo'yniga olgan holda turoperatorlik funksiyasini bajaradi.



**1- rasm. Tashkillashtirilgan turizm bozorining tarkibi<sup>23</sup>**

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

<sup>23</sup> Тухлиев И.С., Хайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. Туризм асослари. Дарслик. Т.: Фан ва технология, 2014. – 332 б.

turistga (iste'molchiga) mahsulotlar va xizmatlar etkazib berishga xizmat qiladi (1-rasm).

Keltirilgan 12.1-rasm ma'lumotlaridan ma'lum bo'ladiki, turoperatorlar turizm bozorida yetakchi rol o'ynaydi. Turoperatorlar turni ishlab chiqish jarayonida turizmdagi asosiy xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar (transport xizmatlari, joylashtirish xizmatlari, ovqatlantirish xizmatlari, gid-ekskursiya xizmatlari va boshqalar) bilan mustahkam aloqada bo'ladi va ular bilan xizmatlar ko'rsatishni tashkil qilish bo'yicha shartnomalar tuzadi. O'z o'rnida turizm asosiy xizmatlar ko'rsatuvchilar ham turoperator xizmatlaridan manfaatdor hisoblanadi.

#### **12.4. O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari**

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

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

Valyuta operastiyalarida imtiyozlar, Toshkent, Samarqand, Buxoro, Urganch-Xiva yo'nalishlarida yo'llarni obodonlashtirish, servis xizmatlarini tashkil etish dasturlarini ishlab chiqish, shahardan tashqarida joylashgan turistik obyektlar uchun

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

**Tayanch so'z va iboralar:** Turizm industriyasi, Turizm infratuzilmasi, Turoperator, Turistik agentliklar

#### **Nazorat savollari**

1. Turoperatorlar tushunchasi va faoliyatini tavsiflang
2. Turagentlar tushunchasi va ularning faoliyati
3. Turizm infratuzilmasi tushunchasi va uning mohiyati
4. O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari

### XIII BOB. EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI

#### 13.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari

#### 13.2. Ekologik turizmning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi oʻrni

#### 13.3. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari

#### 13.4. Oʻzbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari

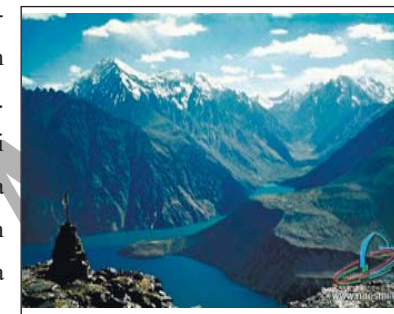
##### 13.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari

Ekologik turizm oʻtgan asrning oxirlaridan boshlab jahon turizmi industriyasiga asta-sekin kira boshladi. Butunjahon turizm tashkilotining maʼlumotlari boʻyicha keyingi besh yilda ekologik turizm turistik oqimi tobora koʻpayib borayotganligi haqida hisob – kitob natijalari keltirilgan. Ushbu turizm yoʻnalishida janubiy Yevropa, Janubiy – sharqiy Osiyo, kichik Osiyo, Xitoy va Afrika qitʼasidagi davlatlar oldingi oʻrinlarda borishmoqda. Albatta, qayd qilingan geografik tabiiy manzillar betakror tabiat mintaqalar boʻlib, doimiy bahor va yoz iqlimiga ega boʻlgan davlatlarning tabiatdagi biologik xilma-xillik resurslari, sharoitlari bu mintaqalarda yil davomida turistlar oqimining koʻpayishini taʼminlaydi, imkoniyatlar yaratadi. Hozirgi kunga kelib jahonda ekologik turizm jadal suratlar bilan rivojlanib borayotgan turizm sohalaridan biriga aylandi.

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov taʼkidlagandek *«Goʻzal geografik va tabiiy sharoitlar Respublikamiz hududida ekologik turizmni rivojlantirish uchun gʻoyat qulaydir. Bu borada mamlakatning togʻli hududlarida joylashgan, zamonaviy jihozlangan sayyohlik majmualarida qishki va noyob sayyohlik dasturlari tashkil etilgan. Sayyohlikning yangi yoʻnalishi-yirik qoʻriqxonalar va bogʻlar xududida tashkil etilgan tabiatshunoslik turizmi rivojlanmoqda»<sup>24</sup>.*

Darhaqiqat, Oʻzbekistonda ekologik turizm rivojlanib borishining yana bir sababi turist oʻzi qiziqqan tabiat va uning tabiiy sharoiti, biologik resurslari bilan tanishibgina qolmasdan, bu tabiat bagʻrida dam oladi, tabiat goʻzalligini chuqur his qiladi. Uning resurslarini avaylash xohish-istagi paydo boʻladi. Respublikamizning

ekologik turizm salohiyatini hisobga olganimizda ekologik turizmni rivojlantirishning asosiy resurslari – 4 faslli tabiat mavsumlari, oʻzining ekologik tizimlariga ega boʻlgan 5 ta tabiiy landshaft bio-xilma-xilliklarida endemik (faqat Oʻzbekiston tabiatida) turlarning mavjudligidan iborat. Oʻzbekistonning ekologik turizm resurslar salohiyatiga alohida toʻxtalganimizda, quyidagi ekoturizm manbalarini keltirish, tavsiflash masalaga ravshanlik kiritadi.



Oʻzbekiston 3,8 mln. gektarga ega boʻlgan ovchilik – baliqchilik er maydonlariga ega, ulardan 1 mln. gektarini suv fondi tashkil etadi. Respublikamiz faunasi 97 turdagi oʻtxoʻr hayvonlar, 424 turdagi qushlar, 58 turdagi sudralib yuruvchilar va 83 tur baliqlarga ega. Bulardan, Oʻzbekiston Respublikasi «Qizil kitobiga» oʻtxoʻr hayvonlarning 24 turi, qushlarning 48 turi, sudralib yuruvchilarning 10 turi, baliqlarning 18 turi va 78 turdagi umurtqasizlar kiritilgan.

Oʻzbekiston Respublikasi Fanlar Akademiyasi Botanika instituti maʼlumotlari boʻyicha, Oʻzbekistonda hozirgi kunda 4148 tur oʻsimliklar mavjud. Shulardan, 3000 turlari oliy, yovvoyi oʻsuvchi oʻsimliklar, ulardan 9 foizi endemiklardan iborat. Oʻzbekiston hududining muhofaza etilayotgan tabiiy hududlar tarkibida 2164 km<sup>2</sup> ni tashkil qilgan 10 ta davlat qoʻriqxonasi, 6061 km<sup>2</sup> ni tashkil etgan 2 ta milliy bogʻ va noyob turlarga kiruvchi hayvonlarni koʻpaytirish respublika markaziy – «Jayron» ekomarkazi, 12186 km<sup>2</sup> maydonni tashkil etgan 17 ta davlat buyurtmaxonalari mavjud.

Keltirilgan maʼlumotlarga qoʻshimcha qilib qayd qilish mumkinki, Oʻzbekiston Markaziy Osiyoning oʻrtasida, ekologik turizmning rivojlanishi uchun qulay transport, geografik hududlarida joylashgan. Ekspertlarning maʼlumotiga qaraganda ekoturizm sayyohlik bozorining 10-20 %ini qamrab olgan, oʻsish surʼati esa umumiy turizm industriyasining oʻsish surʼatidan 2 – 3 marotaba oshib ketdi. Shuning uchun ham bugungi kunda ekologik turizmni rivojlantirish asoslarini va ekologik resurs

<sup>24</sup> Экологический вестник. Ж. Тошкент, № 6, 2007.

maskanlariga turistik marshrutlar tuzishning uslubiy asoslarini ishlab chiqish zarur bo'lmoqda.

### 13.2. Ekologik turizmning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'rni

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

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

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

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

13.1-jadval

O'zbekiston Respublikasining davlat tomonidan muhofaza etiladigan tabiiy hududlari<sup>25</sup>

№	Tabiiy landshaft	Muhofaza maskani	Maydoni, ga	Tashkil etilgan yil
1	2	3	4	5
<b>Davlat qo'riqxonalari</b>			<b>175536</b>	<b>1971</b>
1	Baday – to'qay	Amudaryo pasttekisliklari to'qay ekotizimlari	6462	1983
2	Hisor	Hisor tizmasi tog' ekotizimlari	80986	1959
3	Zomin	Turkiston tizmasi tog' ekotizimlari	21735	1975
4	Zarafshon	Zarafshon daryosi o'rta oqimi to'qay ekotizimlari	2352	1971
5	Qizil-qum	Amudaryo o'rta oqimi va qo'shni sahrolar to'qay ekotizimlari	10311	1975
6	Nurota	Nurota tizmasi tog' ekotizimlari	26895	1971
7	Surxon	Qo'hitang tog' tizmasi ekotizimlari va Amudaryo o'rta oqimi to'qay ekotizimlari	26895	1975
8	Kitob	Noyob geologik kon	3938	1987
<b>Milliy bog'lar</b>				
1	Ugam – Chotqol milliy davlat bog'i	G'arbiy Tyan'-shan ekotizimlari	574590	1990
2	Zomin milliy bog'i	Turkiston tizmasi ekotizimlari	24110	1977
<b>Davlat tabiat yodgorliklari</b>				
1	Yozyovon sahrosi	Noyob tabiat yodgorliklari	1000	1991
2	Mingbuloq tumani tabiat yodgorligi	O'simlik va hayvonot dunyosi	1000	1991
3	Chust tumani tabiat yodgorligi	O'simlik va hayvonot dunyosi	96	1990

Keltirilgan jadval ma'lumotlari bilan tanishib chiqib, Respublikamizda ekoturizm rivojlanishi kerak bo'lgan birinchi navbatdagi ekoturizm resurslari davlat

muhofazasida ekanligi ma'lum bo'ladi. Bu holat juda to'g'ri qaror qilingan. Dunyoning barcha davlatlarida ham 13.1-jadvaldagi tabiiy hududlar o'zining o'simliklar olami va hayvonot dunyosi bilan qattiq qo'riqlanadi. Shu bilan birga ta'kidlash lozimki, juda ko'plab davlatlarda, ayniqsa tabiatda noyob o'simlik yoki hayvon turlari muhofaza qilinadigan qo'riqxonalardan ham ekologik turizm maqsadlarida samarali foydalanishadi. Bunga misol qilib Afrika, Kanada, Amerika, Avstraliyadagi qo'riqxonalar, rezervatlar va milliy parklar haqidagi kino seriyallarning tobora ommaviylashib borayotganligini keltirish mumkin. Bu holatning eng muhim sababi, bu muhofazadagi manzillardan ekoturizm foydalanishning huquqiy-qonuniy me'yorlari yaratilganligidir va bu qonunlarga «mehmonlar» ham «mezbonlar» ham qattiq rioya qilishadi. Respublikamizdagi tabiat qo'riqxonalariga faqat ilmiy xodimlar kirishga ruxsat beriladi. Bu qo'riqxonalariga xatto maxsus ilmiy ekspeditsiyalar ham O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasining ruxsatnomasini olishi kerak bo'ladi.

### 13.3. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendentsiyalari

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

1. Respublikamizda ekoturizm sohasida xizmat qiluvchi, jahon talablariga javob bera oladigan yuqori malakali mutaxassislarining etishmasligini hisobga olgan holda, yosh mutaxassislarni ekoturizm rivojlangan mamlakatlarga (AQSh, Yaponiya, Kanada, Fransiya, Germaniya) malakalarini oshirish uchun o'qishga, ishga yuborish.
2. Jahon andozalari va talablariga mos keladigan ilmiy va iqtisodiy asoslangan katta – kichik, qisqa va uzoq muddatga mo'ljallangan loyihalar va biznes rejalar ishlab chiqib amalga oshirish (imtiyozli kredit asosida).

<sup>25</sup> Норчаев А.Н. Экотуризм. Ўқув қўлланма. Тошкент - 2012.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

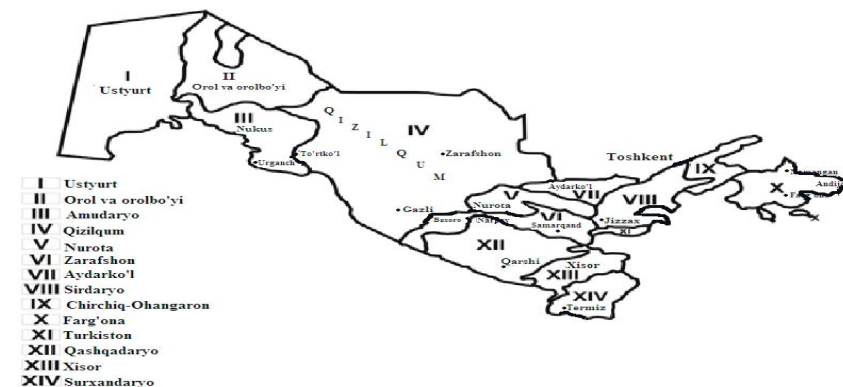
- agar tabiat qo'riqxonasi tog'larda joylashgan bo'lsa qo'riqxonahududidagi soylar, daralar ko'p bo'lib o'simliklari, rel'efi tuzilishi bo'yicha o'xshash bo'lsa, bu ko'rinishlardan eng jozibadori, betakrori reklamaga olinadi.

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

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

### 13.4. O'zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari

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



13.3-rasm. O'zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari<sup>26</sup>

<sup>26</sup> O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat ko'mitasi ma'lumotlari asosida

Har bir rayon o'zining ekoturistik holati, imkoniyatlari, shart-sharoitlari va rivojlanish istiqbollari nuqtai nazaridan ajralib turadi. Masalan, *Ustyurt ekoturistik rayonini* oladigan bo'lsak, u O'zbekistonning shimoliy-G'arbiy Qoraqolpog'istonda joylashgan plato bo'lib, uning umumiy maydoni 200 ming km<sup>2</sup> ni tashkil etadi. Bu joylar dunyoda eng katta va yagona 60-150 metrlik tik qoyali jarlari, davolash xususiyatiga ega bo'lgan juda katta-1000 km tuzli Borsakelmas sho'rxoki bilan mashhur. O'simlik qoplami siyrak, osh tuzi va balchiqli tuzning qatlami 16-27,5 m gacha boradi. Yangi qurib bitkazilgan Qo'ng'irotda soda zavodi aynan ana shu tuzlar hisobiga ishlaydi.

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

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

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

*Tayanch so'z va iboralar:* Ekologik turizm, Milliy parklar, Tabiat qo'riqxonalari, Ustyurt ekoturistik rayonini Rayoni, Orol va Orolbo'yi ekoturistikrayoni, Amudaryo ekoturistik rayoni.

#### Nazorat savollari

1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari
2. Ekologik turizmning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'rni
3. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari
4. O'zbekiston Respublikasining ekoturistik hududlari

## XIV BOB. GASTRONOMIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISH

### ISTIQBOLLARI

#### 14.1. Gastronomiya turizmining maqsadi va vazifalari

#### 14.2. Gastronomiya turizmining turlari

#### 14.3. O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari

#### 14.4. Gastronomiya turizmini shakllantirishda milliy taomlar

##### 14.1. Gastronomiya turizmining maqsadi va vazifalari

Hozirgi vaqtda gastronomiya turizmining rivojlanishi «milliy iqtisodiyotga ijobiy ta'siri, bandlikni ta'minlash va madaniy meros sifatida har tomonlama tavsif» sifatida BTT ning doimiy nazoratida hisoblanadi. BTT ekspertlarining taqdim etgan ma'lumotlariga binoan «turizm sohasidagi 30 % harajatlarni gastronomiya turizmi tashkil etib, gastroturizm mahalliy madaniyatning asosiy elementi va ishlab chiqarishning asosini tashkil etadi, bunda asosiy e'tibor Buyuk Ipak yo'lidagi turistik yo'nalishlarning turistik takliflarini takomillashuvini va milliy oshxonani rivojlantirishga qaratilgandir»<sup>27</sup>.

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

**Gastronomik turlarning maqsadi** u yoki bu mamlakat oshxonasining xususiyatlari bilan tanishishdan iborat bo'lib, bunda bir necha taniq taomlarni tatib ko'rish yoxud ko'plab taomlarni iste'mol qilish emas, balki asrlar davomida saqlanib kelgan mahalliy reseplarni va urf-odatlarni o'zida jamlagan milliy taomlardan bahra olish va ularni tayyorlanish madaniyati bilan tanishishdan iborat bo'ladi.

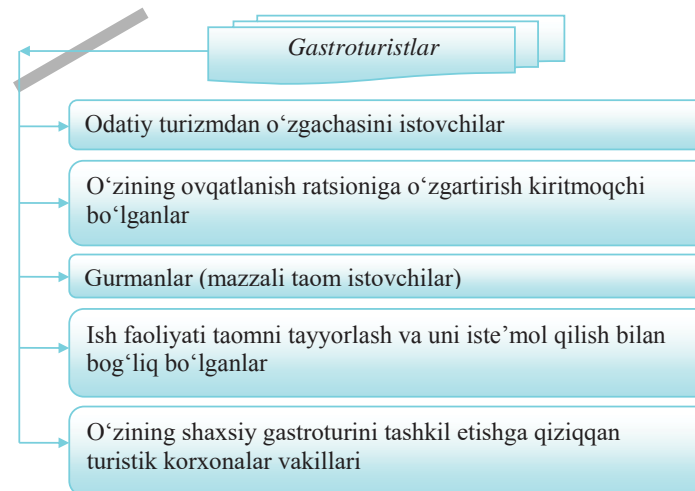
Gastronomik sayohat – bunda sayohatchi u yoki bu mamlakat to'g'risidagi tushunchani izohlash bilan birga, milliy taom orqali shu mamlakat xalqining

<sup>27</sup> Данилов С. Туризм со вкусом узбекского плова. Т.: 2013

ruhiyatini o'rganadi va uning mentaliteti haqida ma'lumot oladi. Shunday qilib, gastronomiya turizmi – bu mamlakatlar va qit'alar bo'ylab sayohat qilish hisoblanib, maqsadi mahalliy oshxona xususiyatlari bilan tanishish hamda kelgan sayyohlarga antiqa taom va mahsulotlardan tatib ko'rishga imkon yaratadi.

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

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



1-rasm. Gastronomik turistlarning tarkibi<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Муаллиф ишланмаси



Gastronomiya turizmi birinchi navbatda gurmanlar, ya'ni mazali taom istovchilar uchun jozibador bo'lib, ularga tansiq taom, bu nafaqat egulik balki, ko'tarinki kayfiyat bag'ishlovchi lahzalar hisoblanadi. Ikkinchidan, gastronomik sayohatlar ish faoliyati ovqat tayyorlash va tanovvul qilishga bevosita bog'liq bo'lgan kasb egalarini- xususan restoran boshqaruvchilarini, tatib ko'ruvchilar (degustatorlar), restoran tanqidchilari kabi insonlarni o'ziga jalb qiladi. Bu insonlar gastrotrlarga o'zlarini kasbiy mahoratlarini oshirishga, bilimlarini oshirish va ko'nikmalarini mohirona boshqarishga yo'naltirish maqsadida gastrotrlarga chiqishadi. Shundan kelib chiqib, bu gastronomik turlarda eng mohir bosh oshpazlar (shef-povarlar)dan iborat master-klasslar bo'lib, bunda ular o'z kasbiy sirlari bilan bajonidil baham ko'rishadi. Nihoyat gastronomik turlarda turistik kompaniya vakillari o'z tijoratini kengaytirish maqsadida kulinar sayohatlarga chiqishadi.

Bugungi kunda aholi qatlamining quyidagi vakillari gastronomik turistlarni hosil qiladi:

#### 14.2. Gastronomiya turizmining turlari

Gastrotrlar ikki turga bo'linadi: qishloq («yashil» deb nomlanuvchi) va shahar gastrotrlariga bo'linadi. Buning o'ziga xos farqi shundakim, qishloq joyiga sayohatga chiqayotgan turist ekologik toza mahsulotni tatib ko'rishga yo'naltirilgandir. Masalan: «yashil» turlarda o'rmonlarda o'sib turgan yovvoyi mevalarni yig'ish, dalalarda o'sib yotgan meva va sabzavotlarni yig'ish, ruxsat berilgan joylarda ov va vino ishlab chiqarish yo'llari bo'ylab sayohatni taklif qiladi. Shahar gastrotrlari konditer fabrikasiga sayohatni yoki kichik kolbasa sexi, shu sex qoshida joylashgan restoran va shu erda tayyorlanadigan tansiq taom sexi mahsulotlari bilan tanishtiriladi.

Bundan tashqari, bizlarga bir hududning turli-xil taomlari va bir xil taomni turli xil mamlakatlarda tayyorlanishi bilan ham aynan shu gastrotrlar tanishtiradilar. Bu juda ham mashhur bo'lgan franstuz bolgar vinolari turi bo'lib sayyohlarni uzum ishkomlari bo'ylab sayohatga, uzum yig'ishga va vinolar tatib ko'rish (degustastiyasi)ga chorlaydi.

Gollandiya, Shveysariya va Italiyaga pishloqli turlarda sayohatchilar pishloqlarni eng sara navini tatib ko'rish va pishloqli yarmarkalarga tashrif buyurishi mumkin. Germaniya, Avstriya, Chexiya, Belgiya bo'ylab pivo turlarida bu ichimlik ishqibozlariga pivoning turli-xilligidan tashqari, pivo tayyorlanish xonalari, mashhur pivo barlari va festivallarga tashrifi bilan ham ajralib turadi. Shuni ta'kidlash joizki, har bir davlatni o'ziga xos gastroturizm salohiyati mavjuddir.

Zero har bir davlatning o'ziga xos milliy oshxonasi va unda boshqa bir mamalakatda takrorlanmaydigan, asrlar osha saqlanib kelayotgan, o'zining takrorlanmas mehmondo'stligi va milliy taomlari bo'lgan oshxonasi mavjuddir. Masalan, Yaponiyada turistlar gid boshlovchi yordamida ularning milliy taomi bo'lgan «sushi»ni tayyorlash uchun mahsulotlar harid qilishadi va sayyohlar ko'z oldida mashhur bosh oshpazlar (shef-povarlar) tomonidan «sushi» tayyorlanadi. Pasta nazarimizda Italiya sarhadlaridan chiqib ketgan juda ham oddiy taom bo'lib, ko'ringani bilan, kulinar sayohatda turist bu taomni turli xilligi, uning takrorlanmas ta'mi va bir xil reseptda turli xil oshpazlar tomonidan tayyorlangan pastaning mo'jizaviy ta'mi bilan tanishadi hamda uni bir-biri bilan qiyoslaydi.

O'zbekistonda ham turbiznesning bu yo'nalishi bo'yicha afzalliklarini tushunayotgan turfirmalar soni tobora ko'paymoqda. Bizda asosan «yashil gastroturizm keng rivojlanadi», degan fikrdamiz, chunki, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yil 10-oktabrda «Umumiy ovqatlanish tashkilotlari faoliyatini takomillashtirish va xodimlar malakasini oshirish bo'yicha» Qarori<sup>29</sup>ga asosan O'zbekiston oshpazlar uyushmasi qoshida milliy oshpazlik san'ati xalqaro Markazi tashkil etildi. Ushbu qaror bilan uning vakolati kengaytirilgan hamda mustahkamlandi. Uzoq tarixga ega an'analarning borligi va milliy taomlarning turli-tumanligi o'zbek oshpazchiligining xorijiy mamlakatlarda keng ommalashishiga olib kelishi ushbu hujjatda o'z aksini topgan. Buning uchun bizda mavjud qadimdan shakllangan, ekologik toza va inson organizmini tetik qiladigan milliy taomlarimiz

<sup>29</sup> "Umumiy ovqatlanish tashkilotlarining faoliyatini yanada takomillashtirish va xodimlarining kasbiy darajasini oshirish chora- tadbirlari tuzgusida" Uzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012 yilidagi 289-sonli Qarori.

degustastiyasini tashkil qilish lozim bo'lmoqda. Bunda antiqa milliy taomlarimiz orqali gastronomiya turizmini qishloq turizmi bilan bog'lash imkoniyati yaratilmoqda. Darhaqiqat, viloyatlarda joylashgan qishloqlarda faqat shu joyga xos bo'lgan tayyorlanadigan taomlar mavjud bo'lib, uning mazasi va tarkibi boshqa viloyat qishloqlarida takrorlanmaydi. Aynan shu jihati bilan bunday taomlar xorijiy turistlar va mahalliy aholi uchun ham mazali hisoblanadi. Bunga misollar quyidagi jadvalda batafsil keltirilgan.

#### **14.3. O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari**

Pazandachilikda har bir xalqning urf-odatlarini, tarixiy an'analarini va o'ziga xos xususiyatlarini aks etadi. Manashu o'ziga xoslik milliy oshxonalarida ajoyib taomlarning yuzaga kelishi va turli-tuman bo'lishiga ham sabab bo'ladi. Barcha taomlarimizning mazali va xushta'mlilik darajasiga ko'tarilishida quyoshli o'lkamiz zaminida etishtiriladigan dexqonchilik mahsulotlarining xilma-xilligi muhim ahamiyat kasb etadi. Dasgurxonimizning o'ziga xos xususiyatlarini to'la namoyon etadigan omillardan biri-taomlarimizning turli-tumanligidir. Chunonchi, chorvachilik bilan bog'liq shug'ullanadigan joylarda go'sht-yog', sut-qatiq ko'proq iste'mol qilinadi, dexqonchilik rivojlangan hududlarda esa sabzavotli, don-dukakli ovqatlar asosiy o'rin oladi. Shunday taomlar borki, ularni kundalik iste'mol uchun emas, balki bayram dasturxonlariga mo'ljallab, aziz mehmonlar uchun tayyorlanadi. Qazi-qarta, po'stdumba o'ramasi, tandir kabob, norin, xasip kabi taniqli taomlar shular jumlasiga kiradi.

Bir xududda yashayotgan turli millatlar va elatlarning taomlari bir-biriga o'xshashi tabiiy holdir. Masalan, agar o'zbek taomnomasiga nazar tashlaydigan bo'lsak, unda rus, tojik, ukrain, kavkaz, tatar, qozoq, uyg'ur va boshqa xalqlar taomlarining o'nlab xillari uyg'unlashib, tobora takomillashib borayotganligining guvohi bo'lamiz. O'z navbatida, palovlarimiz, suyuq oshlarimiz, hamir taomlarimiz qardosh xalqlarning dasturxonini ham bezab turibdi.

Xalqimiz pazandachiligida yilning ma'lum fasllaridagina dasturxoniga tortiladigan taomlar ham bor. Masalan, bahorda qaymoq, qo'shilgan rediskali gazak,

shovul sho'rva, sumalak, halim, ko'k chuchvara, ko'k somsa, kovatok palov (tok oshi), qovurma gulkaram, yalpizli moshxo'rda iste'mol qilinadi. Yozda esa pomidor kabob, karam do'lma, dumbil sho'rva, qalampir do'lma, lag'mon, qatiqli ugra oshi, suzmali gazak, chalop, go'ja oshi, bug'lama kabob, go'shtli dimlama, sabzavotli dimlamalar, ayron, yaxna choy, meva kompotlari va hokazolar xush keladi. Kuzda qovurma baliq, laqqa kabob, barra go'sht, kalla sho'rva, bedana kabob, behili palov, kartoshkali manti, asalli behi, kesma lag'mon, oshqovoq somsa kabilar ko'proq dasturxonlardan arimaydi. Ayoqli kunlarda qazi-qarta, po'stdumba, qo'y yog'li palov, kart dumba palov, qazili palov, barra kabob, turpli salat, qovurma sho'rva, moshkichiri, qishga saqlanadigan mevalar, ularning murabbo, kompot, qoqilari, sirkalangan va tuzlangan sabzavotlar iste'mol qilinadi.

#### **14.4. Gastronomiya turizmini shakllantirishda milliy taomlar**

O'zbekiston gastronomik turizm yo'nalishida rossiyaliklar uchun ommabop MDH va yaqin chet el mamlakatlari reytingi beshligiga kirdi. Bu haqda TurStat tahliliy agentligi ma'lum qildi.

Reyting gastronomik turlarga bo'lgan talabni tahlil qilish ma'lumotlariga asoslanib tuzildi.

O'zbekistonda turizmning yangi yo'nalishi yaratilmoqda. MDH mamlakatlari bo'ylab eng ommabop gastronomik turizm mamlakatlari reytingiga Gruziya, Ozarbayjon, Armaniston, Qozog'iston va O'zbekiston kiritildi.

Agentlikning bildirishicha, MDH mamlakatlari bo'ylab gastronomik turlar Rossiyada eng tez rivojlanayotgan turizmga aylanmoqda.

TurStat ma'lumotlariga ko'ra, rossiyaliklar uchun eng ommabop gastronomik turlar bu bir haftalik sayohatlardir.

Masalan, Rossiyadan Ozarbayjon yoki Gruziyaga etti kunlik gastronomik tur aviachiptalar bilan birgalikda o'rtacha 800 dollar, Qozog'iston va Armanistonga 900 dollar, O'zbekistonga esa 1000 dollarga tushadi.

Gastronomik turizm bu — mamlakat bilan uning gastronomiyasi, mahalliy oshxonasi va pazandalik mahorat darslari orqali tanishish uchun sayohat va gastronomik turlardir.

O'zbekiston sharoitida gastronomiya turizmini shakllantirishdagi milliy taomlarning turlari quyidagi 1-jadvalda berilgan.

Shuni ham ta'kidlash joizki, hozirgi paytda Go Uzbekistan.uz, Restoran.uz portali bilan hamkorlikda «O'zbekiston gastronomiya turizmi» nomli yangi loyihasi faoliyat ko'rsatmoqda. Bu bilan mamlakatimizning oshpazlik san'atidagi taomlardagi xilma -xilligi va mahalliy xususiyatlarga tegishli ekanligi, oddiy va qadimiyligi hududlardagi ilg'or tajribalar bilan xalqaro turizm bozoriga kirib borishiga imkoniyat yaratadi.

**Tayanch so'z va iboralar:** Gastronomik turizm, gastronomik tur.

#### **Nazorat savollari**

1. Gastronomiya turizm tushunchasi va uning turlari
2. Gastronomiya turizmining asosiy maqsadi va vazifalari
3. Gastronomiya turizmining rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari
4. O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari
5. O'zbekistonda gastronomiya turizmini rivojlantirish imkoniyatlari

#### **XULOSA**

Mamlakatimizda turizmi rivojlantirish bo'yicha o'zgarishlar va jahonga tanitish bo'yicha bo'layotgan katta o'zgarishlar va muvaffaqiyatlarni qisqa muddat ichida bo'lsa ham ko'rib kelmoqdamiz. Bu o'zgarishlar albatta mamlakatimizdagi turizm sektoridagi yangiliklar va har bir tarmoqlardagi faol jarayon ammalgaoshirilmogda.

O'zbekistonda turizmi rivojlantirishni faollashtirishga yordam beradigan asosiy turizm yo'nalishlari keying paytlarda kengaymogda. Turistik biznesning tarkibiy qismi sifatida ko'ngil ochar, ommaviy tadbirlar sohasining iqtisodiy samaradorligi ko'rsatkichlari jahon tajribasida yuqori ko'rsatkichlarni egalab kelayotgani yaqol misoldur.

Zamonaviy sayyohlikning eng muhim muammosi mamlakatlarda sayyohlik samaradorligini oshirishdir. Jahon turizmi rivojlanishining tasrlari tahlili shuni ko'rsatadiki, turizmi samaradorligi asosan yuqori daromadli va obro'li, ko'ngil ochar ommaviy tadbirlarini tashkil etish sohasining shakllanishiga bog'liq ekan

So'nggi paytlarda ommaviy tadbirlarni samarali o'tkazish, ya'ni ko'plab odamlar ishtirok etadigan ushu sohani rivojlantirish uchun tobora muhim ahamiyat kasb etmogda. Maqsadli tashkil etilayotgan ommaviy tadbirlar ko'plab xalqaro va mahalliy sayyohlarni o'ziga jalb etmogda. Bunday tadbirlar sayyohlik xizmatlari barcha turlari uchun barqaror talabni yaratishga olib keladi, ya'ni reklama, bron xizmatlari, transport xizmatlarini tashkil etish, sayyohlarni turar joy va oziq-ovqat bilan taminlash, madaniy va ko'ngilochar tadbirlar tashkil etish, sug'urta, sog'liqni saqlash xizmatlari va ekskursiya va boshqa xizmatlar uchun.

Ommaviy tadbirlar, ekskursiyalari tomondan mashhur sayyohlik destinatsiyalariga qarash uchun noyob imkoniyatni taqdim etadi. So'nggi tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, mamlakat bilan standart tanishish zamonaviy sayyohlar uchun etarli emas, ular safarlaridan ko'proq narsani olishni istaydilar. Bu holatda sayyohlar tashrif buyurgan ommaviy tadbirlar integratsiya jarayonining katalizatori hisoblanib, insoniyat tarixi davomida yaratgan qadriyatlarni ommalashtirish va milliy o'zlikni anglash, jamiyatni mustahkamlashda muhim rol o'ynaydi. Har bir hudud bir hodisa doirasida jamiyatning mafkuraviy, madaniy, memorial qadriyatlarini ochib beradi,

so'ngra tadbir milliy merosni asrab-avaylash, yosh avlodni tarbiyalash, o'zaro anglashuv va hamkorlikka erishish, turli xalqlar madaniyatini boyitishning muhim vositasi bo'lib xizmat qiladi.

Turizm albbata mavsumiyli bo'lmagan paytlarda alohida iqtisodiy ko'rsatkichlarni o'zgartirishga ham olib keladi. Tadbirlarning asosiy maqsadi shaharlarni yangilash uchun katalizator bo'lib xizmat qilish va maqsadli infrastruktura va sayyohlik imkoniyatlarini kengaytirish uchun ko'proq sayyohlarni (ayniqsa, mavsumiy bo'lmagan fasllarda) jalb qilishdir, bu esa umumiy maqsadga yordam beradi:

- muayyan diqqatga sazovor joylarni yoki shunga ohshash joylarni qayta tiklash uchun
- u yerdagi marketing jo'nlanishni tadbir eta oladi.
- Ommaviy tadbirlarni tashkil etishda va boshqarish-boshqaruv faoliyatining eng murakkab turlaridan biri. Turizmni boshqarishning barcha yondashuvlari va usullari voqea turizmini boshqarishda to'liq qo'llanilmaydi.
- Turistik infratuzilmalar o'z tarkibiga ovqatlanish korxonalarini mehmonxonalar, aloqa yo'llari yig'indisi (yo'llar, shox yo'llar, aeroportlar, kemalar to'xtaydigan joylar h.k.), kommunikatsiyalar (suv quvurlari, elektr tarmoqlari, markaziy isitish korxonalarini, oqova suv tarmoqlari, axlat to'plovchi korxonalar, telefon, aloqa, (pochta bo'limlari), huquqni himoya qilish, jamoat - tartibini saqlovchi idoralar, tibbiyot tashkilotlari, maishiy xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar, do'konlar, sport inshootlarini birlashtiradi va turistik xizmat ko'rsatuvchi korxonalar bilan chambarchas holda bog'langandir.

## GLOSSARIY

O'zbek tilida	Rus tilida	Ingliz tilida	Atamaning mazmuni
Chetga chiquvchi turizm	Выездной туризм	Outbound tourism	Chetga chiquvchi turizm – O'zR qonun hujjatlariga ko'ra O'zbekiston Respublikasida doimiy istiqomat qiluvchi shaxslarning boshqa mamlakatga sayohat qilishi.
Turagentlik faoliyati	Турагентская деятельность	Travel agency activities	Turagentlik faoliyati – yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor (turagent) tomonidan listenziya asosida amalga oshiriladigan turistik mahsulotni bozorga chiqarish va sotish faoliyati.
Turoperatorlik faoliyati	Туроператорская деятельность	Tour operator activities	Turoperatorlik faoliyati - yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor (turagent) tomonidan listenziya asosida amalga oshiriladigan turistik mahsulotni shakllantirish, bozorga chiqarish va sotish faoliyati.
Turistik faoliyat	Туристская деятельность	Tourist activities	Turistik faoliyat – turoperatorlik va i turagentlik faoliyati, shuningdek sayohatlarni tashkil etish bo'yicha boshqa faoliyat.
Ichki turizm	Внутренний туризм	Domestic tourism	Ichki turizm - bir mamlakat fuqarolarining o'z hududlari chegarasida amalga oshiriladigan turizmi.
Turistik industriya	Индустрия туризма	Tourism industry	Turistik industriya mehmonxonalar va joylashishning boshqa vositalari; transport vositalari; umumiy ovqatlanish obyektlari va ko'ngil ochar vositalar; bilim olish, ishbilarmonlik, sog'lomlashtirish, sport va boshqa yo'nalishdagi obyektlar; turoperatorlik va turagentlik faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar; ekskursiya xizmatlari va gid-tarjimonlar xizmatlarini ko'rsatuvchi tashkilotlar yig'indisi.
Turizm tarixi	История туризма	History of tourism	Turizm tarixi – davrlar mobaynida turizmning rivojlanishi bosqichlarini nazarda tutuvchi va voqelikni aks ettiradigan manbalar.
Turizmدا ovqatlanish	Питание в туризме	Food in tourism	Turizmда ovqatlanish – bu turistik xizmat bo'lib, uning asosida insonning ovqatga bo'lgan biologik ehtiyojini qondirish bilan bog'liq tadbirkorlik faoliyati yotadi.

Turistik resurslar	Туристские ресурсы	Tourist resources	Turistik resurslar – O‘zR qonun hujjatlariga ko‘ra – turistik xizmat ko‘rsatish obyektlari, shuningdek turistlarning ma’naviy ehtiyojlarini qondirishga, ularning jismoniy kuchlarini tiklash va rivojlantirishga ko‘maklashishga qaratilgan obyektlarni o‘z ichiga oluvchi tabiiy-iqlim, sog‘lomlashtirish, tarixiy-madaniy, ma’rifiy va ijtimoiy-maishiy obyektlar majmui.
Turistik xizmat	Туристская услуга	Tourist service	Turistik xizmat – turistik korxonaning ehtiyojlarini qondirish borasidagi faoliyat natijasi.
Ekskursiya faoliyati	Экскурсионная деятельность	Excursion activity	Ekskursiya faoliyati - turistik faoliyatning tarixiy yodgorliklar, diqqatga sazovor joylar va boshqa obyektlar bilan tanishtirish maqsadida oldindan tuzilgan yo‘nalishlar bo‘yicha ekskursiya yetakchisi hamrohligidagi 24 soatdan oshmaydigan ekskursiyalarni tashkil etishga doir qismi.
Mexmonxona	Гостиница	Hotel	Mexmonxona - turizm va mehmonxona industriyasining elementi bo‘lib, turli turdagi xizmatlar taklif qiluvchi va turistlarni joylashtirish obyekti
Ishbilarmonlik turizmi	Бизнес-тур	Business tour	Ishbilarmonlik turizmi-turizmning bir turi bulib, uning asosida malum xizmat yoki kasbiy vazifalarni xal qilish zarurati yotadi.
Investitsiya	Инвестиции	Investments	Investitsiya–daromad olish maqsadidagi uzoq muddatli kapital qo‘yilmalar.
Sayohat	Путешествие	Traveling	Sayohat – odamlarning makon va zamonda turli xil maqsadlarda bir joydan boshqa joyga o‘tishi. Sayohatlar cheklangan bo‘ladi.
Turistik xizmatlar	Туристские услуги	Tourist services	Turistik xizmatlar - turistik faoliyat subyektlarining joylashtirish, ovqatlantirish, transport, axborot-reklama xizmatlari ko‘rsatish borasidagi, shuningdek turistlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan boshqa xizmatlari.
Turistik bozor	Туристский рынок	Tourism market	Turistik bozor - xizmatlar va tovarlar umumiy bozorning bir qismi bo‘lib, bozorda turistik-ekskursiya xizmatlarini pulga va aksincha

			pulning turistik-ekskursiya xizmatlariga ayriboshlash jarayoni amalga oshiriladi.
Turizm tadbirkorlik	Туристский бизнес	Tourism business	Turizm tadbirkorlik - turistik korxonaning turizm sohasida daromad keltiruvchi har qanday iqtisodiy faoliyatidir.
Turistik marshrut	Туристский маршрут	Travel route	Turistik marshrut - dasturda nazarda tutilgan asosiy va qo‘shimcha xizmatlarni olish maqsadida ma’lum vaqt ichida turistlarning rejalashtirilgan harakat yo‘nalishi. Liniyali, aylana va radil marshrutlar bor.
Turizm marketingi	Маркетинг туризма	Tourism marketing	Turizm marketingi - turistik mahsulotni ishlab chiqarish, realizatsiya qilish iste’molini tashkil qilishni boshqarishga kompleks yondashuv bo‘lib, u turistik bozor talablarini hisobga olishga, turistik mahsulot sotish hajmini kengaytirish maqsadida talabga faoli ta’sir ko‘rsatishga mo‘ljallanadi.
Xalqaro turizm	Туризма международный	International tourism	Xalqaro turizm - turizm turi bo‘lib, turistlarni mamalakatga kirib kelishi va mamlakatdan chiqib ketishini o‘z ichiga oladi.
Milliy turizm	Национальный туризм	National tourism	Milliy turizm - o‘z mamlakati chegarasidan tashqariga turistik borishlar va ichki turizmni tashkil qiladi
Tarif	Тариф	Rate	Tarif - chegirma yoki xizmatlardan foydalanlik uchun to‘lov tizimi.
Informatsion chek	Информационный чек	Information check	Informatsion chek - varoqda alfavit tartibida xona nomerlari bo‘yicha mehmonlarning ro‘yhatga o‘tganligini qayd qilinishi
Turizm konseptiyasi	Концепция туризма	Tourism concept	Turizm konseptiyasi – hozirgi holatga nisbatan ilmiy qarashlar yig‘indisi va turizmni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlarini prognoz qilish.
Mehmondo‘stlik industriyasi	Индустрия гостеприимства	Hospitality industry	Mehmondo‘stlik industriyasi - bu kelayotgan turistlarni joy va oziq-ovqat bilan ta’minlashga, shuningdek ularning bo‘sh vaqtini mazmunli tashkil etishga yo‘naltirilgan biznes
Tashkilot imiji	Имидж организации	The image of organization	Tashkilot imiji - tashkilotning iste’molchi va bir gurux turistlar nigohidagi obrazi

Xarita	Карта	Map	Xarita - Er yuzi satxining kichiklashtirilgan, umumlashtirilgan va o'Ichamli ko'rinishi; Er yuzining maxsus geografik modeli ko'rinishi
Turistik xizmatlar sifati	Качество туристского обслуживания	Quality of tourist services	Turistik xizmatlar sifati - iste'molchilarga turistik mahsulot va xizmatlarni etkazib berishni ta'minlovchi menejment tizimi.
Mehmonxonalarni tasniflash	Классификация гостиниц	Classification of hotels	Mehmonxonalarni tasniflash - taqdim etiladigan xizmatlar sifat bo'yicha mehmonxona tashkilotlarini baholash tizimi.
Ekskursiyalarni tasniflash	Классификация экскурсий	Classification of excursions	Ekskursiyalarni tasniflash - ekskursiyalar kuyidagi asoslar bo'yicha bo'linishi: mazmuni, ishtirokchilar soni, o'tkazish joyi, o'tkazish shakli, tashish tartibi.
Komission to'lov	Комиссионное вознаграждение	Commission remuneration	Komission to'lov - turistik va transport xizmatlarini ishlab chiqaruvchilari tomonidan turagentga, uning ushbu turistik xizmatlarni sotishda vositachilik qilganligi uchun pullik mukofot to'lash.
Komission raG'batlantirish to'lovi	Комиссионное поощрительное вознаграждение	The commission incentive fee	Komission raG'batlantirish to'lovi - belgilangan hajmdan ko'p turistik xizmatlarni sotganligi uchun turagentga yuqori narxlarda mukofot pulini berish.
Turistik faoliyatni tashkil etish	Организация туристской деятельности	Organization of tourism activity	Turistik faoliyatni tashkil etish - turistik tashkilotlarda ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonini boshqarish.
Xizmatlar majmui	Комплекс услуг	Complex of services	Xizmatlar majmui - rekreasion markazlar, turistik markazlar, mehmonxonalarda ko'rsatiladigan jami xizmatlar; turda nazarda tutilgan xizmatlar majmui.
Tijorat mehmonxonasi	Коммерческий отель	Commercial hotel	Tijorat mehmonxonasi - tadbirkor mehmonlar uchun barcha zarur vosita va xizmatlar bilan ta'minlangan mehmonxona.
Tijorat me'yori	Коммерческая норма	Commercial rate	Tijorat me'yori - doimiy mijozlar uchun pasaytirilgan narxlar bo'lib, bunda mehmonxonalar o'z nomerlari bandligidan manfaatdor bo'ladi
Xona servisi	Комнатный сервис	Room service	Xona servisi - xonaga pochta, ichimlik va oziq-ovqatlarni etkazish bo'yicha mehmonxona xizmatlari majmui

Uchish kuponi	Летный купон	Flight coupon	Uchish kuponi - aviabiletning passajir uchun joy band qilinganligi to'g'risidagi ma'lumotlar kiritilgan qismi.
Sayohat marshruti	Маршрут путешествия	Route travel	Sayohat marshruti - turistning sayohat davomida tashrif buyuradigan geografik punkt va joylari ro'yhatini o'z ichiga oluvchi yo'li.
Menejer	Менеджер	Manager	Menejer - menejment asosida korxonani boshqarish
Belgilangan manzil	Место назначения	Destination	Belgilangan manzil - turoperator shartnomasi asosida, tashuvchi korxonalar turistlarni olib boradigan belgilangan joyi.
Buyurtma qulayligi	Удобство заказа	Amenity Order	Nufuzli mijozlarga xizmat ko'rsatish uchun buyurtma blankasi
Kontinental reja	Континентальный план	Continental breakfast	og'ir bo'lmagan nonushta
To'liq uy	полный дом	FullHouse	ushbu ibora mehmonxona nomerlarini 100 % to'liqligini anglatadi
O'lik mavsum	Мертвый сезон	Dead Season	Mamlakatda ushbu mavsumda turistik oqim to'xtab qolgan (juda past) vaqt
Bozor segmentlari	Сегменты рынка	fraction of market	bir xil belgilarga ega bo'lgan mijozlar
Mavsum	Сезон	season	asosiy turistik sayohatlar amalga oshiriladigan mavsum (vaqt)
Ovropa rejasi	Европейский план	European plan	mehmonxonada faqat yotoq belgilangan uslub
Butik-otel	Бутики-отели	Boutique hote	Jozibador intererga ega elitaga mansub kichik mehmonxonalar
Oilaviy xona	Семейный номер	Family Room	ikki va undan ortiq xonaga ega bo'lgan oilaviy xona
to'liq pansion	полный пансион	full board	mehmonxonalarda uch maxal ovqatlanish kiritilganligini bildiradi
Diskont kartasi	Карта дисконтная	Discount card	mijozlarni jalb qilish va ushlab qolish maqsadida joriy qilinadigan marketing vositasi bo'lib chegirma berishni anglatadi

Kassa chiptasi	Кассовый чек	Sales check	Ulgurji savdo korxonalarini biznesida oldi-sotti xarakatlarini tasdiqlovchii xujjat
Garni mehmonxonana	отел-гарни	Hotel Garni	odatda restoranga ega bo'lmagan va cheklangan xizmatlar taqdim etuvchi mehmonxonona korxonalarini
O'ta maxsus yo'lovchi	очен важный пассажир	Very Important Passenger	Maxsus servis taqdim etiladigan shaxs
Shahar restorani	Городской ресторан	city restaurant	shahar ichida joylashgan bo'lib, belgilangan ma'lum soatlarda ishlaydi. Ular taom, gazak, ichimliklarni keng assortimentda tavsiya etadi
Vokzal restoranlari	Ресторан при вокзале	Restaurant at the station	temir yo'l vokzallarida joylashadi, yo'lovchilarga xizmat qiladi. Cheklangan taomlar soni, past narxlar va tez xizmat ko'rsatish bilan ajralib turadi.
Kema restorani	Ресторан при карабле	restaurant at the ship	kemada joylashgan bo'lib turistlar va yo'lovchilarga xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan
Vagon-restoranlar	Вагон ресторан	dining-car	ilk bor 1867 yili «Pulman» Djordja Pullman kompaniyasi tomonida ixtiro etilgan uzoq masofaga qatnovchi temir yo'l poezdlarida bo'ladi.
Korxonao'shona	Столовое предприятие	large enterprise of food	yirik, mexanizastiyalashgan korxonona, o'zi mahsulot ishlab chiqaradi, ovqat va qandolat mahsulotlari tayyorlaydi.
Lyuks toifa	Люкс класс	luxury class	restoranlarning binosi, banket zalining intereri jixozlanishi, xizmat qo'rasatishi va taomlari nayob va oliy darajasi bilan ajralib turadigan restoran va barlarga beriladi
Oliy toifa	высшая категория	highest category	restoranlarning binosi, intereri jixozlanishi, xizmat qo'rasatishi, shinamligi, chiroyi va turli xil taomlari bilan ajralib turadigan restoran va barlar

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

### I. O'zbekiston Respublikasi qonunlari

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.-T.: O'zbekiston, 2014, - 74 b.
2. "Turizm to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni. O'zbekistonning yangi qonunlari. -T.: Adolat, 1999, 131-140 b.

### II. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmonlari va Qarorlari

3. "Buyuk Ipak yo'lini qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada Xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995- yil 2- iyundagi 1162-raqamli Farmoni. //Xalq so'zi, 1995- yil 3- iyun.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Farmoni "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida" 2- dekabr 2016- yil, gov.uz
5. "Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining № 346-sonli 8 avgustda qabul qilingan Farmoyishi. //Xalq so'zi, 1998- yil 9- avgust.

### III. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev ma'ruzalari va asarlari

6. Mirziyoev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2016- yil yakunlari va 2017- yil istiqbollariga bag'ishlangan majlisidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining nutqi. //Xalq so'zi, 2017- yil 16- yanvar, №11.
7. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. -T.: O'zbekiston, 2017.-56 b.
8. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik-har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. - T.: O'zbekiston, 2017.-104 b.

9. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. O'zbekiston Respublikasi qabul qilinganining 24 yilligiga bag'ishlangan tantanali marosimdagi ma'ruza. 2016- yil 7- dekabr/ Mirziyoyev Sh.M. – T.: O'zbekiston, 2017. – 104 b

10. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. Mazkur kitobdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning 2016- yil 1- noyabrdan 24- noyabrga qadar Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahri saylovchilari vakillari bilan o'tkazilgan saylovoldi uchrashuvlarida so'zlagan nutqlari o'rin olgan. /Sh.M.Mirziyoyev. – T.: "O'zbekiston", 2017. – 488 b

11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017- yil 7- fevraldagi PF-4947-sonli "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha "Harakatlar Strategiyasi" Farmoni.

12. O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni //Toshkent sh., 2016- yil 2- dekabr, PF-4861-son.

#### **VI. Mahsus adabiyotlar, ro'znomalar va jurnallardagi maqolalar**

13. Ashim Gupta. Travel Agency and Tour Operations: Concepts and Principles Publisher: Centrum Press 2012, New Delhi, India.

14. Kotler P., Bowen J. Makens J. Marketing For Hospitality & Tourism Pearson International Edition 2014, USA .

15. S. Gross L. Klemmer Introduction to Tourism Transport Hochschule Harz - University of Applied Sciences, Germany. 2014 y, Germany. -320 p.

16. By Hans Mol Series edited by Terry Phillips "English for Tourism and Hospitality in Higher Education Studies, Course Book with audio CDs" Patricia Paskins 2010. 340 p.

17. Осипова О.Я. Транспортное обслуживание туристов: Учебное пособие. 2-изд. –М.: 2012. – 365 с.

18. Дурович А.П. "Маркетинг в туризме". Учебное пособие. 3- изд., стереотип, М.: (Гриф) 2011 г.

19. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг: учеб.-метод. пособ.: пер. с польск. – М.: ФиС, 2014. – 296 с.

20. Гуляев В. Г. Новые информационные технологии в туризме. Учебное пособие. – М.: ПРИОР, 2012. -252 с.

21. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. Ростов н/Д : Феникс, 2008.

22. Гайдукевич, Л.М. Культурный туризм: теория и практика / Л.М. Гайдукевич. Минск : Четыре четверти, 2013.

23. Грицак, Ю.П. Организация самостоятельного туризма / Ю.П. Грицак. Харь- ков : Этнограф, 2008.

24. Дединкин, А.Л. Туристско-экскурсионный потенциал Беларуси /А.Л. Дединкин. Витебск : ВГУ, 2007.

25. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. Минск : Новое знание, 2007.

26. Кабушкин, Н.А. Менеджмент туризма / Н.А. Кабушкин. Минск : Новое знание, 2005.

27. Кусков, А.С. Туристский бизнес: словарь-справочник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. -М.: Форум, 2008.

28. Назимко, А. Событийный маркетинг. Руководство для заказчиков и исполнителей / А. Назимко. -М.: Вершина, 2007.

29. Петелин, В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности /В.Г. Петелин. М. : Юнити, 2005.

30. Решетников, Д.Г. География туризма Республики Беларусь / Д.Г. Решетников. Минск : Четыре четверти, 2011.

31. Романцов, А.Н. Event-маркетинг. Сущность и особенности организации / А.Н. Романцов. -М.: Дашков и К°, 2009.

32. Романчук, А.В. Музейный туризм / А.В. Романчук. СПб., 2010.

33. Сондер, М. Ивент-менеджмент. Организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы / М. Сондер ; пер. Д. Скворцова.М. : Вершина, 2006.



34. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры / Г.Л. Тульчинский. СПб. : Лань, 2001.

35. Шумович, А. Великолепные мероприятия. Технология и практика event management / А. Шумович. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2009.

36. Adilova Z., Norchayev A., Alieva M. Turizm menejmenti. O'quv qo'llanma. -T.: TDIU, 2011, - 180 b.

37. Abdusalomova N. Xalqaro turizm da marketing jarayoni. i.f.n. diss.-TDIU, 2001. –142 b.

38. Fayzieva Sh.R. O'zbekistonda turizm rivojlanishining iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish. i.f.n. diss. - O'zMU, 2006. –135 b.

39. Mamatqulov X. Mehmonxona va turistik komplekslarda xizmatlarni tashkil etish. O'quv-uslubiy qo'llanma. Samarqand. SamISI, 2011 y.

40. Pardaev M., Xoliqulov A. Mehmonxona xo'jaliklarida samaradorlikni oshirish muammolari. Monografiya. T.; Iqtisodiyot, 2013 y.

#### **V. Statistik to'plamlari**

41. "Xalq so'zi" gazetasi. 2016-2017 yillardagi sonlari.

42. O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi, 2017 y.

43. Основные показатели развития туризма в 2016 г. ЮНВТО. – Мадрид, 2015, -36 с.

44. Tourism: 2020 vision. -Madrid, 2015, - 21 p.

45. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining statistik ma'lumotlari.

46. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

47. [www.world-tourism.org/infoshop](http://www.world-tourism.org/infoshop)

48. <https://www.kudyznudy.cz/>

49. [www.wtoelibrary.org](http://www.wtoelibrary.org)

50. [www.peugeotufa.ru](http://www.peugeotufa.ru)

51. [www.interunion.ru](http://www.interunion.ru)

52. [www.tag-group.com](http://www.tag-group.com)