

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

НАМАНГАН ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

МЕНЕЖМЕНТ КАФЕДРАСИ

**«ТУРИСТИК МАҲСУЛОТНИ
ИШЛАБ ЧИҚИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ»**

**фанидан
ЎҚУВ УСЛУБИЙ МАЖМУА**

НАМАНГАН - 2021 ЙИЛ

*Ушбу ўқув-услугий мажмуа И.С.Тухлиев, Н.Э.Ибадуллаев, Г.Р.Турсунова
Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришининг асослари фанидан
тайёрланган ўқув-услугий мажмуа асосида тузилган.*

Лойиха муҳаррири:

И.С. Тухлиев, “Халқаро туризм ва туризм сервис”
кафедраси профессори, и.ф.д.

Тузувчи:

Д.Баймирзаев Менежмент кафедраси катта ўқувчиси, Р h D

Такризчи:

Қ. Умарқулов Менежмент кафедраси мудири, и.ф.н., доцент

Ушбу ўқув-услугий мажмуа туристик маҳсулотни ишлаб чиқиш технологиясининг мазмуни ва моҳиятини ўрганишга бағишланган бўлиб, унда туроператорлик фаолиятининг туризм бозорида тутган ўрни, турмаҳсулотни ишлаб чиқиш ва сотиш жараёнини ташкил этиш хусусиятлари ҳар жиҳатдан ўрганишга бағишланган.

Мазкур ўқув-услугий мажмуа олий ўқув юртларининг бакалавриат 5610300 - «Туризм (фаолият йўналишлари бўйича)», 5610200 - «Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш» таълим йўналишларида таҳсил олаётган талабаларга мўлжалланган.

Ўқув-услугий мажмуа Наманган давлат университети Иқтисодиёт факультети кенгашида муҳокама этилган ва ўқув жараёнига тадбиқ этиш учун тавсия этилган. Баённома № _____ “ _____ ” _____ 2021 йил.

I.Мавзу. Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси

Режа:

- 1.1. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.
- 1.2. Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.

1.1. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.

Чакана агентлар билан бир қаторда товар ўтказиш каналида улгуржичилар ҳам муҳим рол ўйнайди. Бу тижорий воситачилик корхоналари товарлар (хизматлар)ни сотиб олиш ва уларни чакана савдо тармоқлари орқали сотиш билан шуғулланади. Туризм соҳасида кўпроқ улгуржи сотувчи туроператор ҳисобланади. Унга туристик хизматлар бозорини шакллантиришда алоҳида ўрин ажратилади.

Туроператорлар фаолияти бош йўналиши оммавий истеъмол талабларига мўлжалланган туристик маҳсулотлар ишлаб чиқаришга қаратилган. Улгуржичилар серияли хизматларни йиғиб комплектлашади. Уларни сафар маршрутларини стандартлаш, дастурлар ва комплекс хизмат кўрсатиш йўли билан туристларга ягона пакетда (пэкиж-турлар) сотадилар. Бу эса уларга бозорга рақобатбардош таклифлар билан чиқишга имкон беради.

Туроператорлар томонидан ташкил қилинган хизмат кўрсатиш турлари узоқ йиллар давомида сезиларли ўзгаришларга дуч келди. Хизмат тўпламлари улар томонига камаётган пэкидж – турлар эволюцияси руй бераяпти. Бир томондан туристик фирмаларни бу қисқартиришга ўткир рақобат мажбур этаяпти. Мижоз учун курашда ҳар бир туроператор жалб қиладиган нархларни белгилашга интилади. У пакетдан айрим хизматларни чиқариб ташлайди. Бу билан арзон сафар тасаввурини уйғотади. Масалан, кўпчилик фирмалар ўзлари сотаётган сафарларда фақат маршрут бўйича жойдан-жойга олиб бориш ва аэропортдан (вокзалдан) меҳмонхонага ва яна орқага трансферни сақлайди. Бошқа хизматлар (овқатланиш, экскурсия, багажни олиб бориб бериш ва бошқ.) ни туристлар сафар чоғига қўшимча пул тўлаш орқали олишади. Натижада саёҳатчиларнинг асосий ва қўшимча хизматларга харажатлари 60 га 40 нисбатга келади. Бундай пропорцияга турган гап туризм инфрструктураси юксак ривожланган шароитда (кофе, барлар, аттракционлар, казино ва бошқ.) гина эришилади.

Туроператор хизматлар етказиб берувчилар билан шартномалар бўйича ва туристлар эҳтиёжларига мос равишда турлар комплектацияси билан шуғулланадиган туристик фирма(ташкилот)дир. **Туроператор - бу туристик пакет ишлаб чиқарувчидир.** У туристик йўналишлар ишлаб чиқиш ва турлар комплектацияси билан шуғулланади, уларнинг амал қилишини таъминлайди, рекламани ташкил қилади, бу йўналишлар бўйича нархларни ҳисоблайди, турларни тўғридан-тўғри ёки туристик агентликлар воситасида туристларга сотадилар.

Туроператор туристларни турли туристик хизматлардан танлаш имконини таъминлаб беради ва бир вақтнинг ўзида бошқа шаҳар ва жойларда хизмат кўрсатишга буюртма бериш вазифасини ўз зиммасига олиб осонлаштиради.

Туроператорлар туризм индустриясида махсус ролни бажарадилар. Улар турмахсулотларни (жойларни-самолётда, номерларни-меҳмонхонада) сотиб оладилар, туристик хизматлар пакетини шакллантирадилар ва фойда олиш мақсадида турли тўғри ёки билвосита фойдаланувчиларга (туристларга) сотадилар. Туроператор туристик хизматларни алоҳида ҳам сотиши мумкин. Бу ё фойда олиш, ёки зарурият юзасидан қилинади. Масалан, имтиёзли нархларда сотиб олинган самолётдаги жойлар сонини тўлдириш учун у чипталарни ҳам сотиши мумкин ва бунда у воситачи сифатида келади.

Биринчи ҳолда, яъни, туроператор пакет шакллантираётганда у турмахсулотлар ишлаб чиқарувчиси сифатида фаолият юритади. Иккинчи ҳолда, яъни, туроператор хизматларини алоҳида сотаётганда туристик хизматларнинг улгуржи дилерига айланади. Бу ҳолат туроператор ишлаб чиқарувчидан туристик пакетни шакллантириш учун керагидан ортиқча туристик хизматлар сотиб олганда бўлиши мумкин. Бундан ташқари, ҳозирда оммавий (кўп) сотиб олгани учун меҳмонхоналар ва хизматлар етказиб берувчилар орасида тегишли имтиёзларга эга бўлган махсуслашган улгуржи туроператорлари мавжуд. Туроператорнинг яна бир аҳамиятли жиҳати шундаки, у туристлар учун иқтисодий қулай бўлган туристик пакетларни шакллантириш учун оладиган хизматларининг нархи ўзгаришидан кафолатлана олиш қобилиятига эга. Улгуржи туроператор нархлари ҳар доим меҳмонхоналар нархларидан арзон бўлади.

Аммо барибир туроператорлар маҳсулотларнинг кенг кўламининг улгуржи сотувчиси сифатида эмас, балки янги маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи сифатида кўриб чиқиш лозим. Шунда у ҳақиқатга тўғри бўлади, туроператорнинг асосий фаолияти турлар ёки турпакетларни шакллантиришдан иборатдир.

Туроператорлар ва турагентлар ҳамкорлиги ҳар иккала томонга манфаат келтиради. Туроператорда мавжуд тармоқланган контрагентлик тармоғи унга туристик сафарларни сотиш ҳажмини ўстиришга имкон беради, янги бозорга чиқади, жумладан чиқиш туризмнинг провинциал бозорига кириб боради. Бу билан ўз ходимларини таъминлаш харажатларини, ижара биноларини, уларни ускуналарини тежайди. Ўз навбатида турагент сафарларни охириги истеъмолчисига сотиб бергани учун воситачилигига комиссия мукофат олади. Унинг ҳажми одатда сотилган туристик маҳсулот баҳосига нисбатан фоиз ҳисобида аниқланади ва 10 % ни ташкил қилади. У кўпайтирилиши ҳам мумкин (масалан, келишилган ҳажмдан кўпроқ туристик хизмат сотилганда). Комиссион мукофат турагентликнинг асосий даромад манбаи бўлиб хизмат қилади.

Туроператор ҳар доим сотиш учун турмахсулот захирасига эга бўлади, турагент бўлса мижоз сотиб олиш истагини билдирган ҳолдагина маълум хизматларни талаб этади.

Бироқ амалиётда баъзан туроператор ва турагент орасидаги фарқни ажратиб бўлмайди, чунки ҳар иккаласи ўхшаш вазифаларни ҳал қилишлари мумкин. Масалан, фирма туроператор сифатида йўналишлар ишлаб чиқиши, туристлар ва бошқа агентликларга сотиши ҳам мумкин. Худди шу вақтда айнан шу туристик ташкилот турагент сифатида бошқа фирмалардан хизматлар сотиб олиши ва туристларга сотиши ҳам мумкин.

Туризм индустриясининг шиддат билан ривожланиши, туризм бозорида рақобатнинг юзага келиши ва кучайиши - ҳаммаси туроператорлар структурасига таъсир кўрсатди ва уларнинг кейинги махсуслашувини қайта аниқлаб берди.

Туроператорлар қуйидагиларга ажратилади:

Фаолият турига кўра:

1. *Оммавий бозор туроператорлари*. Улар оммавий туризм жойларига чартер авиарейслардан фойдаланган ҳолда турпакетлар сотадилар.

2. *Махсуслашган туроператорлар* - бозорнинг маълум сегменти ёки махсулотига махсуслашган туроператорлардир. Булар ўз навбатида қуйидагилар бўлиши мумкин:

- махсус қизиқишлар туроператорлари (масалан, спорт-саргузашт туризми, Африкада сафари уюштириш ва бошқалар);
- махсус бориладиган жойлар туроператорлари (масалан, Англия, Франция ва бошқа жойларга сафарлар);
- маълум мижозлар гуруҳи туроператорлари (ёшлар, оилалар, иш одамлари ва бошқалар);
- махсус жойлаштириш жойлари туроператорлари (дам олиш уйлари, турбазалар ва ҳоказо);
- маълум транспорт турларидан фойдаланадиган туроператорлар (теплоход, поезд ва бошқалар).

Фаолият жойига кўра:

1. *Маҳаллий (ички) туроператорлар*. Улар ўзи яшаётган мамлакат чегаралари доирасида йўналишлар билан биргаликда турпакетлар тузадилар.

2. *Чиқиш туроператорлари* турпакетларни хорижий давлатларга йўналтирадилар.

3. *Қабул қилувчи туроператорлар*. Улар туристлар борадиган мамлакатда жойлашган бўлади ва уларга хизмат кўрсатишади.

Бундан ташқари, туроператорларни *Инициатив* ва *Рецептив* туроператорларга ҳам бўлиш қабул қилинган.

Инициатив туроператорлар - булар туристларни қабул қилувчи (Рецептив) операторлар ёки тўғридан-тўғри туристик корхоналар билан шартнома асосида хорижга ёки бошқа регионларга жўнатадиган операторлардир. Бу операторларнинг фақат ўзгалар турларини сотиш билан шуғулланадиган турагентлардан фарқли томони улар БТТ меъёрлари бўйича камида учта хизматлардан (жойлаштириш, туристлар транспортировкаси ва юқоридаги иккитасидан бошқа исталган хизмат тури) ташкил топадиган турмаҳсулот комплектацияси билан шуғулланишади. Классик Инициатив туроператор турли жойлардаги маҳаллий туроператорлар хизматларидан фойдааниб, мураккаб йўналишли турларни шакллантиради, саёҳат

бошланадиган жойга боришни ва у ердан қайтиб келишни таъминлайди. Шу билан биргаликда йўналиш ичида транспорт хизмати кўрсатилишини ташкил этади. Рецептив туроператорлар - қабул қилиш жойида қабул қилувчи ва хизмат етказиб берувчилар билан тўғридан-тўғри шартномалар асосида иш олиб борадиган туроператорлардир.

Реал туризм тадбиркорлигида, кўпинча, туризм бозори учун характерли бўлган вазифаларнинг аралашуви учраб туради. Туристтик фирма ўзининг баъзи маҳсулотларига нисбатан ҳам Рецепттив, ҳам Инициатив туроператор, баъзи ҳолларда эса бошқа туроператор томонидан шакллантирилган тайёр турларни сотиш бўйича турагент сифатида ҳам келиши мумкин.

"Туризм тўғрисида"ги Қонун бўйича ўз туристик маҳсулотини шакллантирадиган ва унга ўз йўлланмасини чиқарадиган туристик ташкилотгина туроператор ҳисобланади. Бундай талабларни турфирма бажаради. Йўлланма туристлар билан қилинадиган битимга расмий иловадир (хизмат кўрсатиш жойига кўрсатиладиган асосий ҳужжат - ваучердир).

Рецептив туроператор қабул қилиш учун турларни шакллантириш билан шуғулланади. Инициатив махсуслашган туроператор, қоида бўйича, бир неча пунктларда қабул қилишлардан мужассамлаштириб турларни шакллантиради. Бунга мисол қилиб ижарага олинган махсуслаштирилган транспортдаги трансурлами олиш мумкин.

Туроператор буюртма ёки инклюзив тур бўлиши мумкин бўлган (сотиш чоғида ўзгармайдиган, олдиндан аниқ бўлган хизматлар тўплами) дастурлар пакети, турпакет (пекидж-тур) тузади. Мос равишда биринчиси хизмат кўрсатиш вариантлари билан, иккинчиси - вариантларсиз, хизматлар комплекснинг тўплами билан сотилади. Бу қабул қилиш имкониятлари ва саёҳатлар йўналишига боғлиқ.

1.2. Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.

Туризм оператори – тижорат мақсади учун туризм маҳсулотини реализациясини, уни таклиф этувчи, тайёрлаш ва режалаштиришда бевосита иштирок этувчи туризм бозорини фаол субъектидир. Бу туроператор фаолияти ёрдамида ваколат имтиёзига эга харидор агентлари номидан туристик хизматларни бир неча муддат илгари харид этиш, бронлаш, ўзлаштириш, турпакетлар ҳозирлаш демакдир. Оператор шундай қилиб, саёҳатни мураккаб тизимини инобатга олган ҳолда уни истеъмолчи билан боғловчи, туризм индустриясидаги суптузилмани ва корхона инфратузилмаси билан бевосита алоқадор, тўғридан-тўғри хизматлар ижрочиси (меҳмонхоналар, ташувчилар, экскурсия фирмалари, суғурта компаниялари, банклар ва б.) мақсадида туристларга самарали хизматларни уюштирувчидир (трансферлар, экскурсия дастурлари ва б.).

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда ҳар бир туроператорнинг вазифаси келажакдаги саёҳат тадбирини режалаштириш, вақтга уйғунлаштириш, хизмат арзларига муносиб равишда жадвал асосида сайёҳларга сифатли хизмат турини ташкил этишдир. Аниқ режалаштирилган сайёҳлик тадбири ҳеч қачон камчиликлар йўл қўйилмайдиган хизмат турига эҳтиёж сезади. Сайёҳлик

хизматларини обдон режалаштириш малакали ва тажрибали туроператорларни самарали меҳнати туфайли эришилади.

Туризм хизмат бозорида туроператор бир қанча функцияларни бажаради.

Жумладан, **нархни шакллантириш функцияси** туроператорлар учун муҳим аҳамиятга эгадир. Ҳар бир туроператорнинг имконияти нархни шаклланишига кўра бир хил эмас. У ўз объектив ва субъектив омилларига эга. Энг аввало бу туроператор ишининг ҳажмига боғлиқ. Доимий равишда туристларни кутиб олиш, кузатиш хизматлари, ўз навбатида хусусий чартер рейсларини ташкил этишни тақозо этади, бундай ҳолат эса пировардида дам олиш марказларида хусусий вакилликларини очиш, меҳмонхона корхоналарига ўз таъсирини ўтказишга олиб келади. Таъкид этилган омиллар туристик хизматларни нархига бевосита таъсир этади. Ўз-ўзидан маълумки, йирик туристик операторлар ҳар қандай шароитда ҳам туризм бозорида баҳоларни белгиланишида корчолонлик ролини ўйнайдилар. Бу бозор сегментларида, VIP – турларда, оммавий ва янги рақобатда, нарх шароитларида яққол намоён бўлади.

Силжитиш функцияси, яъни туризм маҳсулоти туроператорнинг маркетинг фаолиятини белгиловчи муҳим шаклларида бири ҳисобланади. Турлойдехани максимал рентабиллигини таъминлаш учун хусусан, янги ёки модификацияланган туроператор барча маълумотларни ҳар қандай турини ёйилишида манфаат юзасидан киришади (маршрут, трансфер маблағларини таклиф этилиш, жойлаштириш, бўш вақтларни ўтказиш, нарх диапозони таклифи, рекламалар).

Ахборотлаштириш функцияси замонавий туризм операторларидан эҳтимол тутилган далилларни қайта ишлаш, силжитиш, туроператор реализациясида (масалан, саёҳатларни фарқли хусусиятлари, туристик марказлар ва таклиф этилган хордиқ чиқариш, туристик имкониятлари хусусияти, маданият ва маҳаллий аҳолининг вакиллари, ёдгорлик ва муқаддас жойлар, кирим-чиқим ҳужжатларининг расмийлаштириш жараёни ва бошқалар) камнома ёки умуман номаълум хабарлар жараёнида намоён бўлади. Бир бутун кўринишда туристик маълумотларни оммабоплаштириш ёки алоҳида олинган турлари бўйича турбизнес мутахасислари ўртасида кенг тарғибот қилиш мумкин, шунингдек, туризмга бевосита иштирок этувчилар яъни каталог, буклет, реклама воситалари ва истеъмол омилларини расмийлаштирувчи муҳитда инфо саёҳатларни туризм индустрияси ишчилари учун ташкиллаштиришда мослаштириш мақсадга мувофиқдир.

Туроператорнинг *новаторлик функцияси* ҳар қандай тижорат ташкилотини туризм бозорининг ўзгарувчи шароитлардан келиб чиқиб, турмаҳсулотни янги хилларини, модификацияларини ишлаб чиқиш, яратишда тинимсиз изланишлар олиб бориш, туристларни максимал эҳтиёжи талабларини қондириш, агент тармоғида кўпқиррали ўзгаришларга мойил савдо-содиқ ишларини ташкил этишда кўзда ташланади.

Янги турмаҳсулот бозор сегментини эҳтиёжларини ифодалабгина қолмасдан, ўз модификациясидан келиб чиққан ҳолда унинг сифатигина туроператорга келажакда шиддатли бозор рақобатида ўз мавқеини сақлаб қолишда асосий танянч нуқта ҳисобланади. Ҳар қандай шароитда операторни миждоз учун кураш ҳам энига ва бўйига кенгайиб бориш манфаати билан

муофиқлашадиган (бир туристик йўналишда саёҳат хилига кўра) туризм тўпламини майдонга чиқаради.

Йирик пул маблағи айланмалари, муҳим аҳамиятга молик ишчилар сонига эга бўлиш, туроператорларни *бюджетни шакллантирувчи функцияларини* бажарилиши учун номутаносибликни юзага келтиради. Бу асосан кам ривожланган давлатларда, иқтисодий тизимлари кам самарага эга мамлакатларда, беқарор банк тизими ҳукм сураётган бир вақтда кучли инвестиция имкониятидан маҳрум минтақаларга хос хусусиятдир. Бир муҳим нуқтаи-назарни диққат эътибордан қочирмаслик зарур, яъни туроператорлар авиякомпаниялар, транспорт ташкилотлари, меҳмонхона индустрияси корхоналари, экскурсия фирмалари, умумий овқатланиш корхоналари, кўнгилочар хизматларни кўрсатувчи ташкилотларни иш билан таъминлайди, келиб-кетувчи туристлар ҳисобидан фойда олишга имконият яратади. Ҳозирги кунда кўпгина минтақаларни ва ҳатто дунё давлатларини туризм соҳасини иқтисодий тизим билан чамбарчас боғлиқ равишда иш юритишга десак муболаға бўлмайди албатта.

Туроператорни *интеграцияловчи функцияси* бевосита ёки билвосита мамлакат ташқи сиёсати, унинг йўналиши, устиворлигини жаҳон миқёсида ташқи сиёсатда белгилашга десак хато қилмаймиз. Нафақат ташқи иқтисодий алоқалар шаклини ўзида мужассамлаштириш балки халқаро туризм маданий, ижтимоий, илмий алмашувлар воситаси ҳамдирки, ўз навбатида бундай ҳолат дипломатик алоқалардан ҳам кучлироқ қувватга эгадир. Бир томондан реципиент мамлакат барқарор сайёҳлар оқими дегани бу валюта тушуми, иш ўринлари, аҳоли бандлигини ўсиши, иқтисодий инфратузилмани ривожланишидан маҳрум бўлиб қолишдан ҳеч бир манфаат топмайди. Иккинчи томондан донор мамлакат ўз фуқороларини четга чиқишига тўсқинлик қилмайди, бу дегани тадбиркорликни барқарор ривожланиши, янги иш ўринларини яратиш, барқарор солиқ тўловлари, мамлакат учун иқтисодий фаолликни йириклаштиришидир. Пировардида қарабсизки икки мамлакат сайёҳлик айирбошлов фаолиятига қўл урган, икки томон ҳам иқтисодий ҳамкорлик ришталарини ҳозир этишганлар.

Юқорида таъкид этилган функцияларидан ташқари яна биттаси постиндустриал иқтисодий тизимига оид давлатлар тавсифига мансубликни ифода этувчи *оператор лоббиллик функциясидир*. Функцияни бундай номланишига кўпроқ сиёсий термин изоҳларини иштироки сабаб бўлган. Туроператорлар ҳақиқатдан ҳам иқтисодиётни ҳоҳлаган гўшасида фаолият юритувчи корхоналарга ўз таъсирини ўтказиш имкониятига эга бўлдилар. Ушбу корхоналарни ишлаб чиқариш йўналиши бўйича туроператор лоббиси таъминотчи – корхона яъни туристик хизматларни таклиф этувчилардир.

Туроператорларнинг қарорлари ва иродаси нафақат авиякомпанияларни фаолиятида, балки авияқурувчи концернлар ва келажакдаги фрахт хизматини кўрсатувчи кучлар учун ҳам ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Аналогик вазиятга автотранспортлар ва темир йўл корхоналари фаолияти таалуклидир. Ҳақиқатни айтиш керакки туроператор лоббилари фақат постиндустриал иқтисодиётга хос, юқори даромадли турист потенциалини мужассамлаштирган, юқори даражадаги рақобатни тақозо этувчи тизимга хос ва мосдир.

Шундай қилиб, туроператор замонавий дунёда кўпгина инфра ва суптузилмали туристик индустрия корхоналарига потенциал миждозлар таклиф этишда кафолат рамзига айланди, бу ўз навбатида уни ҳақиқий куч салоҳиятини кулга киритишга олиб келдики, охир оқибатда у функцияланган тобе корхоналаргагина ўз таъсирини ўтказиб қолмасдан, бошқа соҳаларда ҳам ўз устиворлик томонларини намоён эта бошлади.

Мамлакат ва минтақаларда туристларнинг тутган ўрни, иқтисодий тизимга таъсирини кенг тус ола бошлаганидан туооператорлар хусусида дунё давлатлари ўртасида ўзаро риоя этиладиган тартиблар ишлаб чиқилган. Биринчи ўринда туроперейтингга оид фаолият учун рухсатнома, давлат органини аниқлаш рухсатнома ваколлатлари талаб этилади. Талаб этиладиган рухсатномани (лицензия) давлат қонунчилигига муофиқ ва маҳаллий шароитлардан келиб чиқиб уч гуруҳга бўлиш мумкин:

-мустақил фаолият юритувчи ҳуқуқини берувчи туроператор рухсатномасини (лицензияни) юридик шахс сифатида қонуний шаклланганлигини тасдиқловчи ҳужжатлар тақдимоти, энг аввало юридик шахсларни таъсисчилари ҳақида маълумот, унинг ташкилий-ҳуқуқий шакли, устав капиталини ўлчами, иштирокчи фирмасининг мулки тўғрисида маълумот;

-туризм соҳасида тажрибага эга бўлган ишчилар гуруҳининг, штатларнинг мавжудлиги ёки маълумоти муофиқ келадиган, яъни келажакда сифатли туроператор хизматлари кўрсата олиш мумкинлиги исботловчи ҳолатларни талаб этилиши;

- келажакда туроператорлик фаолияти истиқболлари учун шартномалар (юк ташувчилар, бошқа туроператорлар билан шартнома муносабатлари) мавжудлиги.

Туроператор таваккалчилик даражасини ҳисобга олиб оператор иши билан боғлиқ юк ташувчилар, консуллик хизматлари, форс-можор ҳолатлари ва туристлар ҳуқуқларини бузилиши эҳтимоллари, уларга маънавий зарар етказишларни ҳисобга олиб жаҳон туроператор рейтинги томонидан туроператорлар учун молиявий кафолатлар ишлаб чиқилган. Бу пул кўринишида банка депозит сифатида қўйилади, у албатта маълум сумма қиймати ифодалайди. Бу чора туризм бозорида кичик ва ўрта даражали туроператорларни фаолиятини қисқариш ва чекланишга олиб келдиким, бу ўз ўрнида йирик туроператорларга рақобатда енгиллик ҳосил қилади. Молиявий кафолат нақдлиги туроператор учун кутилмаган муаммоларни бартараф этишда имконият яратади, туристлар ҳуқуқларини ҳимоясини кафолатлайди.

Таянч сўз ва иборалар: Туроператор, туроператорлик фаолияти, турпакет, турагент, оммавий бозор туроператорлари, махсуслашган туроператорлар, инициатив туроператорлар, рецептив туроператорлар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туризм бозорида туроперейтинг бизнесининг юзага келиши нима билан боғлиқ?
2. Туроператор деганда нимани тушунаси?
3. Турагент ва туроператор орасидаги асосий фарқ нимадан иборат?
4. Туризм фаолиятларининг қандай кўринишлари сизга маълум?
5. Инициатив ва Рецептив туристик фаолият деганда нимани тушунаси?

II. Мавзу. Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари

Режа:

2.1. Туроператорнинг асосий функциялари.

2.2. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

2.1. Туроператорнинг асосий функциялари.

Туроператор фирмада асосий функциялар ва уларни кетма – кет бажарилиши ўз юртдошларини хорижга сафарини ташкил қилишда намоён бўлади. Белгиланган функцияга мувофиқ туристларнинг хорижга сафарини ташкил этиш технологияси босқичма-босқич қўлланади. Ана шу босқичларни тавсифлаймиз:

1. Туристлик сафарни умумий режалаштириш, йўналишни танлаш (ташриф буюриладиган мамлакат), туризм турлари, туризмнинг сонли ҳажми, сафар давомийлиги ва тахминий санаси, нарх даражасига яқинроқ хизматлар тўплами ва классиклиги. Бу кўрсаткичлар бозор конъютураси, мақсадли бозор потенциалини баҳолаш ва туристик талабларни сигментлаш таҳлили асосида аниқланади. Бунда яна туроператорнинг молиявий, моддий-техник, одамлар ва маъмурий ресурслари ҳисобга олиниши керак.

2. Тегишли мамлакат (мамлакатлар)да маҳаллий туроператорлар билан улар орқали туристларга хизмат кўрсатиш ва қабулни ташкил қилиш бўйича ҳамкорлик ўрнатиш. Улар билан қабул ва хизмат кўрсатиш аниқ шартлари келишиб олинади:

- қабул қилинадиган туристларнинг умумий сони, гуруҳлар сони ва уларнинг сон жиҳатдан таркиби;
- гуруҳ жўнаб кетиш ва етиб келиш санаси;
- маршрутлар ва дастурлар (туристларнинг саёҳат кунлари бўйича);
- кўрсатиладиган хизматлар пакети (жойлаштириш, овқатланиш, учрашув ва кузатув, экскурсия ва бошқ.), уларнинг миқдори ва сифатий характеристикаси;
- хизмат пакети баҳоси;
- хорижий томон мажбуриятлари, виза олишга ёрдамлашиш, ҳисоб-китоб шартлари, сафарни бронлаш ва бекор қилиш, сотилган хизматларни бекамикўст бажарилишига жавобгарлик, рекламация тартиби ва бошқа мавжуд шартлар.

3. Хорижий мамлакатда туристларга хизмат кўрсатиш шартларини келишиб олиш билан бирга туроператор миллий ёки хорижий ташувчилар билан гуруҳларни ёки индивидуал туристларни халқаро ташиш учун зарур ўринлар бронлаштиради.

4. Шундай тарзда шаклланган турмаҳсулот (маҳсулотлар)ни туроператор барча воситалар имконияти билан чиқиш туризмнинг миллий бозорига чиқариш чораларини кўради. Шу мақсадда ўз молиявий имкониятларидан келиб чиқиб, у имкони бўлган потенциал харидорлар барча коммуникация воситаларидан фойдаланилади. Оммавий ахборот воситаларида реклама

сотилишни рағбатлантириш, жамоатчилик билан алоқа, бевосита маркетинг, таклиф қилинаётган турмахсулотга потенциал харидор чорлашда реклама таъсирчанлигига эришиш муҳим.

5. Бир вақтнинг ўзида туроператор ўз турларини ватандош туристларга сотиш тизимини яратиш чора-тадбирларини кўриши керак. Сотиш худуди масштаби ва бозор талабини сигментлашга боғлиқ ҳолда кўп ёки кам сонда хусусий ва тобе бўлмаган чакана турагентликларидан фойдаланилади. Туроператор вазифаси – ўз сотиш тармоғи ишини фаол ишлашга рағбатлантириш, шароит яратиш ва ўз турларининг сотилиши устидан доимий назоратни ушлаб туриш.

Туристлик сафарларни ташкил қилишнинг якуний босқичи туристлар билан ишлаш. У қуйидагилардан иборат:

1) Харидорларга таклиф қилинадиган сафар чоғида тақдим этилган турлар ҳақида тўлиқ ахборотлар, хорижга саёҳатни туристик ташкил қилиш шартлари ва турфирманинг ўзи ҳақида маълумотлар. Бу ахборотлар харидорга у аниқ турни сотиб олишга қарор қилгунича тақдим этилади. Бундай ахборотлар оддий оммавий ахборот каналлари ёки харидорларга турларни сотувчи турфирма ходимлари орқали ёзма ёки оғзаки тарзда етказилади;

2) Харидордан аниқ турга буюртма олинган, сотишни тасдиқлаш ундан турҳужжатларни расмийлаштириш учун тўлов олинади. Кўп ҳолларда бу функцияни турагент бажаради у туроператор билан турларнинг чакана сотилиши билан шуғулланишга келишиб олган бўлади. Турист кўлига ҳар икки томон имзолаган турнинг олди-сотди шартномаси бир нусхасини, тур-1 шаклидаги йўлланмани, дастурлар, маршрут варақаси (ички туризм учун), халқаро участка сафар учун транспорт ҳужжатларини, қабул қилувчи фирма учун ваучер, суғурта шартномаси ва суғурта полиси, танланган мамлакатга саёҳат хусусиятлари ҳақидаги эслатмани олади. Туроператор туристнинг хорижга чиқиш визаси билан боғлиқ масалаларни хорижий консуллик билан ҳал этиш, расмийлаштиришни зиммасига олади.

3) Туристга сотилган хизматларни турист хорижга жўнаб кетган пайт (момент)дан бошлаб кам-кўстсиз бажарилиш учун назорат ўрнатади. Бу мақсадда туроператор туристлар бераётган мамлакатдаги ўзининг вақтинчалик вакилидан фойдаланиши мумкин. Унинг вазифасига туристлар томонидан сотиб олинган хизматларни ўз вақтида камчиликсиз бажарилиши, хориж томонидан йўл қўйилган нуқсонларни тезда бартараф этишни таъминлаш киради. Кўзда тутилмаган вазиятлар вужудга келса туристга ёрдам кўрсатади. Худди шундай функцияни туристлар гуруҳини хорижга турмарказларга кузатиб борадиган, у ерда мавсумий вакиллари бўлмаган турфирмалар ходимлари ҳам бажаради. Мавсумий вакиллар ва кузатувчи гуруҳ қабул қилувчи томондан туристик хизмат кўрсатилишида руй берадиган қоида бузилишлари ҳақида фирмалари раҳбарларига хабар қилишади, бу ишга доир музокаралар чоғида принципаал баҳоланади.

4) рекламация ишлари, бундан кўзда тутилган мақсадга эришишда йўл қўйилган камчилик юзасидан туристларнинг даъволари ва шикоятларни тартибга солиш. Миллий туроператор вазифаси шундан иборатки, шикоятларни

нисбатан оддий йўллар билан кўриб чиқади, зарур бўлганда туристга етказилган моддий зарарни ундириб беради.

Туроператор вазифаларига қуйидагилар киреди:

1. Потенциал туристларнинг турлар ва туристик дастурларга бўлган талабларини ўрганиш.

2. Преспектив хизмат кўрсатиш дастурлари, турларни тузиш ва уларнинг туристлар талабларига мос келишини аниқлаш мақсадида бозорда апробациядан ўтказиш.

3. Турларга шартнома асосида хизматлар етказиб берувчилар билан қуйидагича ҳамкорлик қилиш:

- меҳмонхоналардан туристларга яшаш учун жой беришда;
- овқатлантириш корхоналари билан туристларга овқатлантириш хизматини кўрсатишда;
- транспорт корхонаси, фирмаси ва компаниялари билан - туристларга
- транспорт хизматини кўрсатишда;
- экскурсион фирмалар, музейлар, кўргазмалар заллари, парклар ва бошқа жойларда туристларга экскурсион хизматларни кўрсатишда;
- турли маиший хизматлар кўрсатувчи фирмалар билан туристларга тегишли хизматларни кўрсатишларида;
- спорт иншоотлари маъмурияти билан туристларнинг спорт иншоотларидан фойдалана олишларида;
- шоу, кино, видео, театр корхоналари менежерлари билан туристларнинг у ерларга боришларида;
- кўриқхоналар, боғ-ҳиёбонлар, ов ва балиқчилик хўжаликлари дирекцияси билан у жойларда туристлар дам олишини ва уларга хизмат кўрсатилишини таъминлашда.

4. Тур, трансур қийматини ҳисоблаш ва бозор ҳолатини ҳисобга олган ҳолда нархларни аниқлаш. Турли таркиб классификацияси бўйича, турлар комплектацияси бўйича ўз хизматларига нарх ва тарифларни белгилаш.

5. Тур йўналиши бўйича саёҳат қилаётган туристларни барча зарур реклама-сувенир характеридаги материаллар, махсус анжом ва инвентарлар билан таъминлаш.

6. Йўналишда туристлар билан алоқада бўладиган вазифаларни бажарадиган кадрларни танлаш, тайёрлаш ва белгилаш, хизмат кўрсатиш дастурларининг бажарилишини назорат қилиш ва мувофиқлаштириш (гид-экскурсоводлар, инструкторлар, аниматорлар, методистлар ва бошқаларни).

7. Истеъмолчиларга ўз туристик маҳсулотини етказиш учун реклама-информацион фаолият.

8. Турагентлик тизими орқали истеъмолчиларга турларни етказиш ва сотиш.

9. Хизмат кўрсатишнинг сифати ва ишончилигини назорат қилиш.

10. Хизмат кўрсатиш жараёнида туристлар билан доимий тезкор алоқа, пайдо бўладиган муаммоларни ҳал қилиш.

Туроператор туризм бозорида хизматлар ишлаб чиқарувчилар ва уламинг истеъмолчилари (туристлар) орасидаги позицияни эгаллайди. Унинг вазифаси алоҳида ишлаб чиқарувчилар хизматларини, ҳам асосий хизматлар, ҳам

кўшимча хизматлар сифатидаги турмаҳсулотни комплекс кўринишида истеъмолчиларга етказиб беришдан иборатдир.

2.2.Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

Асосий функциялар ва уларни кетма-кет бажарилиши хорижий туристларни қабул қилиш бўйича туроператордан ўз мамлакатида қуйидаги схемада амалга оширилади (1-чизма).

Туристларни қабул қилиш бўйича белгиланган функцияларига мувофиқ туроператор танлаган хорижлик туристлар сафарини қабул қилишни ташкил этиш технологияси қуйидагиларни ўз ичига олади.

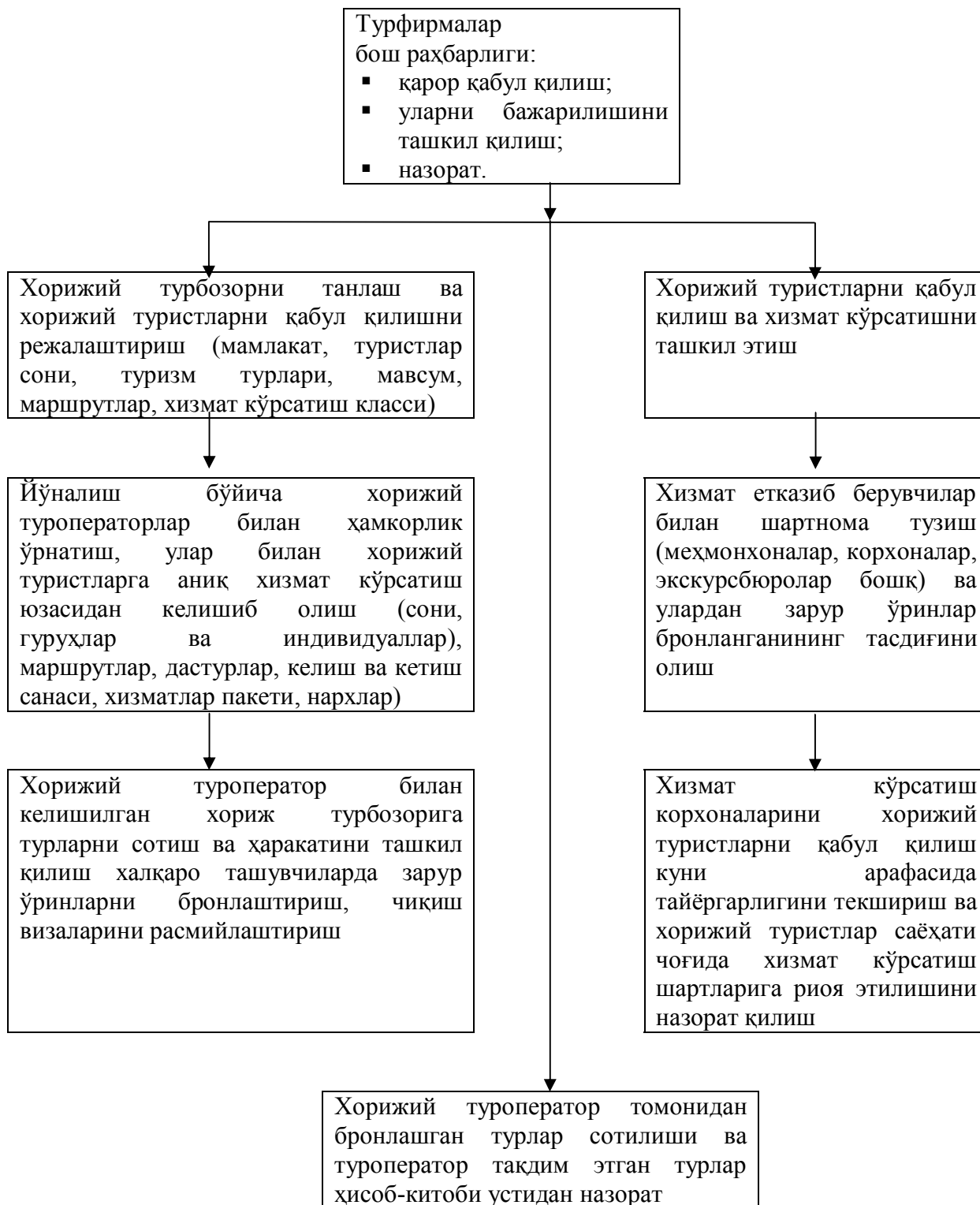
1. Умумий режалаштириш: хорижий туристик бозорни танлаш ва сафарга талабни баҳолаш (туристлар сони, саёҳатдан-мақсад, туризм мавсуми ва бошқ.).

Бу кўрсаткичлар хорижий туристик бозорлар конъюктурасини ўрганиш асосида аниқланади. Маршрутлар, дастурлар, хизматлар пакети класслиги ва таркибини режалаштиришда қабул қилувчи фирмалар одамлар ва молиявий, моддий техник ресурсларини ҳисобга олиш зарур. Энг аввало уларни меҳмонхонада транспортда, объектларни кўрсатишда зарур хизматларни таъминлай олиш имкониятлари ҳисобга олинади.

2. Маҳаллий туроператор томонидан туристик маҳсулотни улар ҳали ҳам хорижий туристик бозорда сотиш ва ҳаракатни ташкил этиш мақсадида хорижий мамлакат (мамлакатлар) билан ҳамкорлик ўрнатиш. Улар билан хорижлик туристларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатишнинг аниқ шартларини келишиб олиш, жумладан:

- хорижий туристларнинг умумий сони, гуруҳлар сони, улардаги сон таркиби;
- гуруҳларнинг келиш ва қайтиш санаси, халқаро транспорт тури;
- хорижий туристларнинг саёҳат маршрутлари ва дастурлари (кунлар бўйича);
- тақдим этиладиган хизматлар пакети, уларнинг миқдорий ва сифатий таркиби;
- хизматлар пакети нархи;
- визавий қўллаб-қувватлаш мажбурияти, ҳисоб-китоб шarti, турларни бронлаштириш ва бекор қилиш, хизмат кўрсатиш, рекламация ва бошқа мавжуд шартлар бажарилиши учун жавобгарлик.

3. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг хорижий томон билан тур шартларини келишиб олиши билан параллел равишда туристик хизмат етказиб берувчилар билан ҳам хизмат кўрсатиш юзасидан қатъий шартлашиб олинади. Шу мақсадда турфирма зарур хизматлар етказиб берувчилар билан тегишли шартнома тузадилар. Бундай шартномалар тузилаётганда етказиб берувчининг барча жавобгарликлари – бекаму кўст хизмат кўрсатиш, хорижий туристга етказилган зарар, соғлиги, ҳаёти ва мулки, дахлсизлиги учун жавоб беражаги тўғрисида келишиб олинади.



1-чизма. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг функционал таркиби

Қабул қилиш бўйича туроператор айниқса хорижий туристларга экскурсия хизмати кўрсатиш учун гид-таржимонларни таклиф этишда эътиборли бўлиши лозим. Гидлар хорижий тилни яхши эгаллаган, кўрсатиладиган объектлар, мазкур мамлакат ҳаёти, тарихи ҳақида мукамал ахборотга, билимга эга бўлишлари зарур. Улар хорижий туристлар билан ишончли алоқага киришадиган, юксак маданиятли суҳбатдан фазилатига эга бўлишлари керак.

4.Қабул қилиш бўйича мазкур мамлакат туроператори хориж бозорига турларни сотиш реклама компаниясини ўтказиш бошланиши билан сотиш устидан назорат ўрнатиш керак. Бу мақсадда хорижий туроператор мазкур мамлакат ҳар бир гуруҳ бўйича бронлаштирилган турнинг сотилиши (progress report) ҳақида мунтазам ахборот беришни ўз зиммасига олади. Томонлар шунингдек ҳар бир бронлаштирилган туристлар учун визавий қўллаб-қувватлашни ўз вақтида таъминлашлари лозим.

5.Хорижий туристлар етиб келиши арафасида туроператор хорижлик шерикларига аванс тўловлари тушганини ўз вақтида текшириб кўришга машҳур. Бир вақтнинг ўзида корхонани хорижий туристларни қабул – қилиш ва хизмат кўрсатишга тайёрлиги текширилади, туристларни меҳмонхонага келиш вақти, уларнинг охириги сони, бир ёки икки хонали номерларга фамилиялар бўйича бронлаштириш (rooming list), овқатлантириш вақти, меню, авто транспорт бериш, учрашув ва кузатув, экскурсия, музей, театр ва бошқаларга билет борлиги кабилар ҳақидаги ахборотлар аниқланади.

6.Етказиб берувчилар билан хизмат кўрсатиш юзасидан келишилган шартларга амал қилиниши миллий туроператор томонидан назоратга олиниши айниқса муҳим аҳамиятга эга. Шу мақсадда турфирма ўзининг маъсул ходимини тайинлайди. У хорижий туристларга қандай хизмат кўрсатилаётганини кузатади. Агар камчилик юз берса дарҳол тузатиш ва етказилган зарарни тўлатишга ҳаракат қилади.

Халқаро туризмда қабул қилинган адолатларга мувофиқ хорижий туристларнинг катта қисми хорижий турфирмалар ходимлари кузатувида (tour leader) саёҳат қиладилар. Уларни вазифасига хизмат кўрсатиш сифатини назорат қилиш ва туристик гуруҳ аъзоларига вужудга келган муаммоларни ҳал этишда ёрдам кўрсатиш киради. Шартнома шартлари бўйича турфирмалар ўзларининг хорижий шериклари билан бундай кузатувчиларни бепул қабул қилишга тўғри келади. Шунга қарамадан, у хорижий кузатувчилар билан ҳамкорликдан манфаатдор бўлиши керак, қайсиқим хорижий туристлар турфирмалар ҳар қандай лавозимдаги шахсга нисбатан кўпроқ ишонишади.

Хорижий туристлар саёҳати охирида турфирма турсафар иштирокчиларига анкета сўровлари ўтказишни тавсия этади. Жавоблар мазкур мамлакат Россия турфирмаларига уларнинг иши сифатига объектив баҳо бериш ва бу баҳодан ўзининг келгусидаги турмаҳсулотларини яхшилашда фойдаланиш имконини беради. Хорижий туристлар томонидан хизмат кўрсатишни ташкил этишда билдирилган шикоятлар дарҳол инобатга олиниб, текшириб кўрилади ва зарур бўлса етказилган зарар тўланади.

Таянч сўз ва иборалар: туроператорнинг функциялари, қабул қилиш бўйича туроператор, турмаҳсулот, туроператор вазифалари, туристик сафар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг моҳияти нимадан иборат?
2. Туроператорнинг асосий функциялари нималардан иборат?
3. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг функцияларининг ўзига хослиги қандай намоён бўлади?

Ш.Мавзу.Туризм бозори тушунчаси ва вазифалари

Режа:

- 3.1.Туризм бозорининг функциялари ва таркиби.
- 3.2.Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар.
- 3.3.Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.

3.1.Туризм бозорининг функциялари ва таркиби.

Туристтик бозор - бу туристик маҳсулотни сотиш ва сотиб олиш жараёнини таъминловчи талаб ва таклифларни бирлаштирувчи, ишлаб чиқарувчи ва туристик маҳсулот истеъмолчиси ўртасида жамоа иқтисодий муносабатларини юзага келтирувчи жабҳадир. Натижада туристик хизматнинг пулга айланиши (сотиш-сотиб олиш) жараёни вужудга келади.

Ҳар бир турмаҳсулот ишлаб чиқарувчиси ва истеъмолчиси ўртасида бир-бирига мос тушмайдиган иқтисодий манфатлар бўлади. Уларнинг бир-бирига мос келиши оқибатида эса турмаҳсулотни сотиш ва сотиб олиш жараёни вужудга келади. Бозорда ўзига хос бир хусусият бўлиб, бу ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи қизиқишларининг келишувидир. Бозорда марказий ҳолатни истеъмолчи яратади. Яхши сотувчининг вазифаси эса ўз мижозлари талабларини қондириш ҳисобланади

Туристтик бозор мураккаб ҳисобланиб, бунда унинг маҳсулоти тўғридан-тўғри эмас, балки ўртадаги даллол орқали (хўжалик субъекти-туроператор-турагент-истеъмолчи) сотилади.

Ушбу омиллардан ташқари яна бир ҳолатни эътиборга олиш керак:-яъни кўрсатиб ўтилган битим ҳар доим бир жойда амалга оширилмайди (масалан, мехмонхона, туристларни қабул қилиш жойи ёки туроператорларда). Туристтик бозор маълум бир ўзига хос жой ёки географик ҳудуд билан чегараланмаган. Шунинг учун туристик маҳсулотнинг олди-сотди ишлари сотувчи ва ҳаридорларни жалб қилмаган ҳолда -телекс, телеграмма, факс, телефон, аниқ ҳисоб-китоб орқали амалга оширилиши мумкин.

Қуйидаги аниқ шарт-шароитларга амал қилгандагина бозор самарали фаолият юритади :

- эркин рақобат, бунда бозорнинг барча иштирокчилари ўз мақсадлари (максимал фойда билан маҳсулотни сотиш ёки минимал харажат билан маҳсулотни сотиб олиш) га интиладилар;
- кўрсатилаётган хизмат ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг сифати ва хавфсизлиги бўйича асосий қоидаларнинг борлиги;
- истеъмолчининг эркин ҳолатда танлай олиш имкони;

Замонавий туристик бозор қуйидаги ўзига хос бўлган функцияларни бажаради:

1.Туристтик маҳсулотдаги истеъмолчилик қиймати ва сотув қиймати функцияси. Бу туристик маҳсулот ва ўзаро пул алмашувида аён бўлувчи қиймат ҳаракатини билдиради. Бунинг натижасида жамият такрор ишлаб чиқаришнинг

нормал йўналиши таъминланади, туризмни ривожлантириш учун пул маблағи пайдо бўлади ва йиғилади.

2.Истеъмолчи (турист)га туристик маҳсулотни етказиб бериш жараёнини ташиқлаштириш функцияси. Турист ўз маблағини туристик маҳсулотга сарф қилган ҳолда ўзининг моддий ва маънавий эҳтиёжини қондиради. Бундан шундай хулоса келиб чиқадики-туристик бозор ишчи кучининг ҳаражати қоплаган ҳолда жамоанинг асосий ишлаб чиқариш кучини қайта тиклайди.

3.Меҳнатга моддий манфатни иқтисодий томондан таъминлаб бериш функцияси. Тақсимлаш бозоридаги ўзаро пул ва туристик маҳсулотни тақсимлаш жараёнининг тугаланган шаклидан иборат.

Туристтик бозор ўзига хос хусусиятларига эга:

1.Туристтик хизматларнинг сезилмаслиги. Бунда қилинган даража ва сифатнинг кафолати, маҳсулотнинг ишончлиги, шунингдек турнинг истеъмолчилик хусусиятлари ҳақида мукамал эгадир.

2.Туристтик маҳсулотни амалга оширишда маҳсулотни сотиб олиш ва уни истеъмоли орасида вақт узилиши бўлади, шунинг учун турмахсулотни таклиф қилиш каналларининг (маҳсулотни сотувчи) аниқлиги ва ишонарлиги ўта муҳимдир.

3.Туристтик талабга мавсумий алмашувлар ва туристик оқимнинг шакли таъсир қилади. Ушбу салбий ходисаларнинг олдини олиш учун нарх-навони дифференциаллаш (хизмат кўрсатув элементлари бўйича мавсумга қараб), шунингдек туристларни етказиб бериш хажмини мувозанатлаш орқали эришиш мумкин.

4.Маҳсулот сифати кўп ҳолларда аниқ ижрочиларга боғлиқ, шунинг учун туристик корхоналар ичидаги менежмент доимо ривожланиши лозим.

5.Туристтик бозорда истеъмолчи ва ишлаб чиқарувчи ўртасида ҳудудий тарқоқлик мавжуд, шунинг учун ўзоқлашган ҳамкорлар билан тезкор алоқалар ўрнатиш муҳим ҳисобланади.

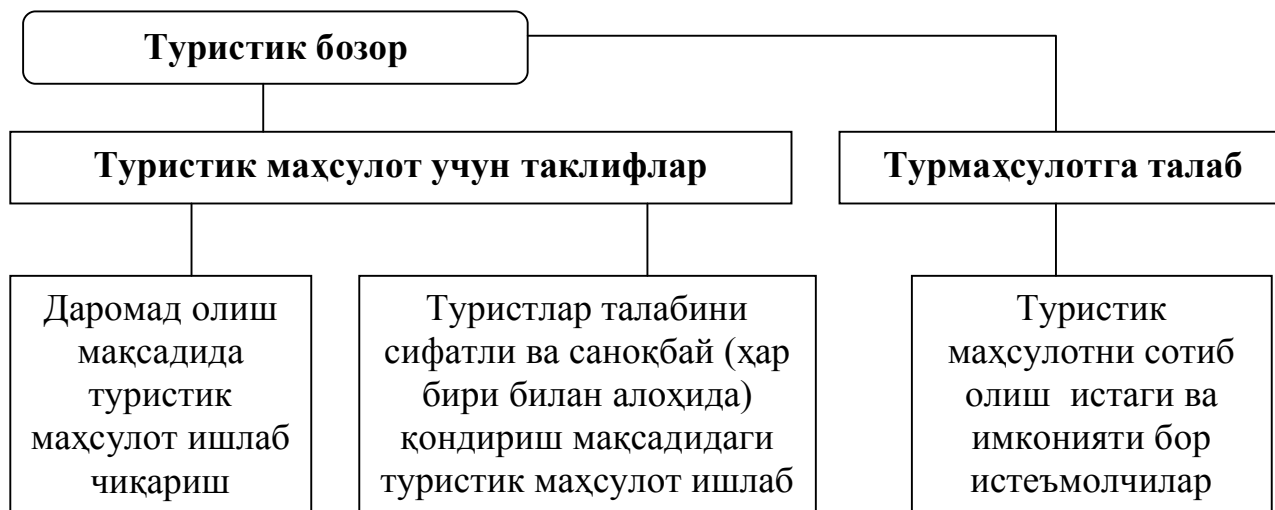
Туристтик талаб деганда - тўлаш имкониятига эга бўлган аҳолининг турмахсулотга бўлган талаби тушинилади. Туристтик талаб амалдаги нарх-наволарда аҳоли томонидан аниқ бир туристик -экскурсия хизматларини сотиб олиши билан белгиланади.

Бозордаги талабга мувофиқ **туризмда таклифлар** вужудга келади, яъни турист учун унинг дам олиши ва саёҳати жараёнида лозим бўлган турли хилдаги хизматлар шулар жумласига киради. Таклифлар-бу маҳсулот ишлаб чиқарувчининг бозорга талаб қилинадиган аниқ маҳсулотни етказиб бериш учун идеал тайёргарлик ва аниқ имкониятга эга бўлиши тушунилади. Бу ҳолатда таклифлар ишлаб чиқариш билан бир хил бўлмаган ҳолда ундан сони жихатидан фарқ қилади. Аниқ бир туристик маҳсулот (маршрут)нинг таклиф қилинадиган сони бозордагидан юқори бўлиши мумкин. Туристтик маҳсулотга бўлган таклиф - ишлаб чиқарилган маҳсулот сони, туристик индустриянинг ривожланиш даражасига ва туристик ресурслар хажмига боғлиқ (шаклланади) бўлади.

Талаб ва таклиф ўртасида ўзаро боғлиқлик бўлади: талаб фақатгина таклифни юзага келтирмайди, бундан ташқари таклиф аниқ бир тарзда талабга

таъсир кўрсатади. Масалан: туристик хизматга боғлиқ бўлган талаб хажми унга бўлган нарх кўтарилганда ортиб боради, нарх тушса таклифлар сони ҳам камаяди.

Туристтик бозорда туристнинг хизматга бўлган талаби учун пул воситасининг алмашинуви содир бўлади. Мувофиқлаштирилган ҳолатдаги алмашинувда бир томондан туристик маҳсулот иккинчи томондан эса туристик индустриянинг кириб келиши учун шароит яратилади



2-чизма. Туристтик бозордаги талаб ва таклифлар

Туристтик бозор ўзининг қабул қила олиш чегараси (сиғимдорлиги) билан тавсифланади, яъни аниқ бир белгиланган даврда (мавсум) бир йилда белгиланган туристик маҳсулотни амалдаги нархлар ва таклифларга мувофиқ сота олишидир. Бозорнинг сиғимдорлиги аҳолининг талаб доирасида тўлов қобилиятига эгаллиги, нарх даражаси ва туристик таклифларнинг тавсифига боғлиқ бўлади. Туристтик маҳсулотга бўлган талаб ва нарх даражасига қараб қисқариши ёки бўлмаса аксинча ошиб бориши мумкин. Бозорнинг сиғими ва унинг ўзгариши тенденциясини биладиган корхона ушбу бозордан равнақи даражаси учун фойдаланиш имкониятига эга бўлади келади.

Туристтик бозорда бир-бирига қарама-қарши ҳаракатланадиган ҳамда туристик айланма ҳаракат яратувчи пул оқими йўналиши ва туристик маҳсулотнинг мунтазам ҳаракатланишини яратиб берувчи омил вужудга келтиради.

Туристтик айланма ҳаракат - иқтисодий алоқалар таркибига кирувчи хизматни пулга ёки бўлмаса пулни хизматга алмаштирувчи жараён киради. Ушбу жараён туристик маҳсулот оқимининг ҳаракатланиш йўналиши, инвестицияларнинг туризм соҳасини ривожлантириш ва туристик фаолиятдан келадиган даромаднинг бюджетга келиб тушишини кўрсатиб беради.

Туристтик айланма ҳаракат қуйидаги схема бўйича амалга оширилади:

1. Турист йўлланмани сотиб олади ва туристик компанияга пул тўлайди.
2. Оқибатда турист ўзининг истак-талабини қондиради.
3. Туристтик корхона сотилган туристик маҳсулот учун пулни олади, туристик индустриянинг ривожини учун инвестиция ўтказиши ёки бўлмаса янги турдаги туристик маҳсулотни сотиб олади.

4 .Туристтик корхона сотилган туристик махсулот учун бож тўлайди, турли шаклдаги тўловларни бажаради, ўз ишчи ходимларига ойлик тўлайди.

Туристтик корхона доимий ўзгариб турувчи рақобатчилик мухитида барқарор тарзда қаттиқ тартиб вазиятида иш олиб бориши лозим. Ушбу мухит элементлари бўлиб бир нечта бозорлар ҳисобланади. Улар туристик махсулот конъюктурасини аниқлаб берувчи ва туристик корхонанинг иқтисодиётига таъсир ўтказувчи ҳисобланади:

- Мехнат бозори;
- Молиявий бозор;
- Инвестициялар бозори;
- Туристтик махсулотлар бозори.

Мехнат бозори - ушбу бозор туристик фаолиятни ривожлантириш учун зарур бўлган интелект ва ишчи кучи жалб қилинувчи жабха ҳисобланади.

Молиявий бозор - ушбу бозор давлат - кредит сиёсати томонидан бошқарилувчи бўлиб шахсий жамғармага таъсир ўтказди, йиғилган маблағларни истеъмол ва инвестицияга бўлинишини белгилайди.

Инвестициялар бозори - бу корхоналар томонидан “Ўзоқ муддатли моддий фойда” (асосан уй-жой қурилиш) ҳисобланувчи нарсалар учун сотиб олинувчи нарсадир. Инвестициялар бозори кредитлар бўйича қилинадиган талаб ва фоиз ставкаларига боғлиқ ҳолда ривожланади. Ишлаб чиқариш учун инвестиция ажратиш иш бандлигига сабаб бўлиб, янги асбоб-ускуналарни ишлатиш ва янги иш ўринларини яратиш беради.

Маълумки бозор - бу механизм бўлиб, турли махсулот турлари ва хизматлар учун туғилажак талаб ва таклифларни мувофиқлаштириб туради. Унда катта хажмдаги бир-бири билан боғлиқ бўлмаган аниқ бир махсулот - яъни, туристик махсулотни сотиб олишга хохиши ва иложи бор потенциал ҳаридорлар ҳаракат қилишади. Бу ерда товарни сотувчи ҳамда бозор ҳаракатланиши шароитини ўзгартирувчи ҳаридорлар, даллоллар шунингдек аниқ ва фаол рақобатчиларни аниқлаб олиш мумкин.

Туризм бозорида тавсифланиши бўйича қуйидагиларни ҳисобга олиш мумкин:

- Сотиш ва сотиб олишнинг асосий манбаи хизмат ҳисобланади;
- Ҳаридор ва сотувчидан ташқари туристик бозор механизмига сезирарли даражада даллоллик буғинлари киради;
- Туристтик хизматга бўлган талаблар бир неча хил хусусиятларга эга;
- моддий имкониятли иштирокчиларнинг турли - туман қатнови, ёшлари, мақсад ва сабаблар;
- эгилувчанлиги;
- алоҳида характерли ва дифференцияланганликнинг юқори даражаси;
- туристик таклифлардан вақт ва масофа бўйича ўзоқлиги;
- туристик таклифлар бир қанча хусусиятлари билан тавсифланади, яъни уч томонлама тавсифга (табiiй ресурслар, яратилган ресурслар, туристик хизматга) эга;
- туристик индустриянинг юқори даражадаги фонд сифими;
- эгилувчанлик даражасининг пастлиги;

- жамланмалик.

Туристтик бозорда ҳар бир алоҳида маҳсулот ёки хизмат алоҳида компонентлардан (масалан, ташувчилар хизмати, турар-жой, овқатланиш ва х.к.о.) иборат. Бундан ташқари туристик маҳсулотдаги компонентлар ўзаро алмашинуви мумкин. Туристтик маҳсулотнинг ўзи ҳам алмашинуви мумкин. Масалан, туристик пакетга турли тоифадаги меҳмонхоналарни киритиш мумкин ёки худди шундай турга транспорт воситаларининг алмаштирилган ҳолдаги вариантларини таклиф қилиш мумкин. (самолёт, поезд ёки автобус). Ўзаро алмаштирувнинг бундай хусусияти **субституция** дейилади. Кўп ҳолатларда юзага келувчи субституция туристик бозорда: транспорт, овқатланиш, турли жалб қилувчи маданий тадбирларда қўлланилади. Туристтик хизматда субституциянинг аҳамият касб этиши туристик корхона имкониятига боғлиқ бўлади.

Туристтик бозорнинг муҳим хусусиятларидан яна бири унинг **комплементарлигидир** (жамланмадорлик)-бу хусусият туристик маҳсулот ва хизматнинг бир-бирини тўлдира олишидир. Бу хусусият шундай тушинилади, яъни истеъмолчи томонидан сотиб олинувчи товар кўпинча бутун бир бошқа товар ва хизматлар сотиб олишга олиб келади. Масалан, транспорт хизмати автоматик равишда бошқа турдаги хизматлар (овқатланиш, кўнгил очар дастурлар) сотиб олинишига сабаб бўлади. Бу эса ўз навбатида туристик товар ва хизматларни кенгайтириш учун ҳаражатга олиб келади, шунингдек турли ҳолдаги туристик маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ўртасида даромаднинг тақсимланшига олиб келади.

Туристтик бозорнинг ҳолатига қараб унинг турли шакллари юзага келади. Бир қатор ҳолатларда туристик бозор шаклланиб бўлган бўлади, яъни ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар чегараси белгиланган бўлади. Бундай бозор эгаллаб олинган ёки тайёр бўлган деб аталади. Шунга қарамай бундай ҳолатларда кишиларда таътилларини мароқли ўтказиш усулларини танлаш имконияти бўлади, унинг учун туроператор истеъмолчиларни жалб қилиш ёки рақобатда енгиш учун ҳаракат қилиши керак.

Бошқа бир ҳолларда бозорни тузишга (яратишга) тўғри келади, яъни туристик маҳсулот учун талаб доирасини шакллантириш лозим бўлади. Талабгор ҳаридорлар янги жойларнинг борлигидан, уларнинг яхши томонлари, афзалликлари ва сервис ҳолатидан хабардор бўлишлари керак. Улар ушбу турне ёки круиздан маънавий озуқа олишлари, ўз талаб-истакларини қониқтира олишларига ишонч ҳосил қилишлари лозим. Туризм бозори турли хиллардан иборатдир. Ушбу тармоқда бозор масштабига кўра бир мунча кичиклари ҳам мавжуддир. Шу сабабли туристик бозорнинг турли классификация усуллари бор.

БТТ (бутунжаҳон туризм ташкилоти) тавсияларига мувофиқ саёҳат қилиш мақсадига боғлиқ бўлган бир қанча туристик йўналишлар белгиланади: рекреацион, ишчи (хизмат тури) илмий, маданий ўрганувчи, даволанувчи, диний-этник туризмлар.

Туристтик маҳсулот истеъмолчиларининг саноқбай тавсифига кўра уч хил турдаги туризм бозорлари ажратилади: *оммавий, машхур ва индивидуал.*

Оммавий туристик бозор - катта гуруҳлардан иборат саёҳат қилувчи асосий туристалр массасини ўз ичига қамраб олади. Бундай турларнинг харидорлари илгари келишилган дастурлар, хизмат ва кўнгилочар тадбиралр, ҳамда олдиндан тўлаб қўйилган хизматларнинг стандарт жамланмасига рози бўлган кишилардир.

Машҳур туристик бозор - бир мунча камчиликлардан иборат туристлардан ташкил топган бўлиб, қимматроқ, инклюзив турлар, яъни юқори даражадаги сервис ва қимматбаҳо меҳмонхоналардан иборат, шунингдек саёҳат даврида истакларига қараб қўшимча хизматлар учун ҳақ тўланади.

Индивидуал туристик бозор - ушбу ҳолатда туристлар якка тартибда ўз маршрутларини мустақил белгилайдилар, зарурий ҳолларда транспорт хизмати ва меҳмонхонада жойлашиш учун буюртмалар берадилар. Бу турлар бадавлат кишилар учун анча қизиқарли бўлиб, уларни ўзига жалб қилади. Бундан ташқари ўз дам олишларини бизнес ёки бошқа бир машғулот билан биргаликда давом эттирадилар, бу эса ўз навбатида олдиндан дам олишни тугаллаш ёки қайтиш муддатини белгилашлари кераклигига йўл қўймайдилар.

Аниқ бир район (ҳудуд, регион) бўйича қуйидаги бозорлар ажратилади:

- *Ички туризм бозори* - ўз ичига ушбу район аҳолисининг шу регион бўйича дам олиши имконини беради;
- *Кириш туризм бозори* - ўзга район аҳолисининг ушбу районга келиб саёҳат қилишлари;
- *Чиқиш туризм бозори* - бир район аҳолисининг бошқа бир районга бориб саёҳат қилишлари.

Саёҳатни ташкил қилишнинг тавсифланиши билан боғлиқ бўлган *ташқиллаштирилган* ва *ташқиллаштирилмаган* туризм бозорлари ажратилади.

Ҳар бир қайт этиб ўтилган туристик бозорлар хилма-хил бўлиб, иш билан боғлиқ туризм ўз ичга делегациялар ёки алоҳида шахсларнинг келишувларда, мажлисларда, кўргазма ва ярмаркаларда иштирок этиш мақсадини ўз ичига олади. Бошқа турдаги иш билан боғлиқ туризм махсуслашган гуруҳлар (касб, ихтисослик) бўйича тузилган, аммо уларнинг йўналтирилган мақсадли ҳолдаги аниқ бир дастур орқали саёҳатлари уларни иш билан туризмнинг алоҳида бир гуруҳига ажратиш лозимлигини билдиради.

3.2.Туризм бозорига таъсир қилувчи асосий омиллар.

Туризм бозорига ва туризм талабига бир қанча омиллар таъсир қилиди. Туризм талабига бошқа товар ва хизматлар каби аҳолининг олдиған даромади ва уларнинг саёҳат учун ишлатилиши таъсир қилади.

Туризм иқтисоднинг бир тармоғи сифатида икки ҳолатда барқарор бўлади, яъни фуқароларнинг бўш вақтлари ва етарли даромадларининг борлиги билан. Шу сабабли туризмда юқори савияда туризмга бўлган талабни шакллантириш учун, аҳолининг бўш вақтини ва даромадини ошириш йўллари амалга ошириш керак. Туризмга бўлган талабни оширувчи асосий объектив омил бўлиб, аҳолининг бўш вақти тендецияси ҳисобланади.

Аҳолининг баъзи эҳтиёжлари қондирилмагунча, туризм оммавий аҳамият касб этмайди. Туризм бозорини таҳлил қилишда туризм бозорига таъсир

килувчи асосий омиллар, яъни истеъмолчиларнинг ижтимоий –демографик ва психологик ҳатти-ҳаракатларини кўриб чиқамиз.

Бу ерда асосий омил бўлиб, аҳолининг жойлашиши структураси, аҳолининг даромадлар даражаси, таълим, машғулотлар тури, аниқ бир ирқга мансублиги, жинси, вақти, ҳаёт тарзи ва х.к.

Аҳолининг структураси – Ўзбекистон кўп миллатли республика. Бу ерда юздан ортиқ миллат ва элат вакиллари яшайди. Аҳолининг асосий қисми ўзбеклардан иборат бўлиб, уларнинг салмоғи мўтгазил ортиб бормоқда. Европалик аҳолининг салмоғи камаймоқда, бунинг сабаби туб аҳоли билан европалик аҳолининг туғилиш даражасидаги катта тафовўтдир. Республика аҳолисининг юқори суръатлар билан ўсиши истиқболда ҳам кўтилади.

Ҳозирда туризм ривожланишининг келажагини аҳоли структурасининг ўзгариши белгилайди. Шу туфайли Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга барча асослар мавжудлиги кўриниб турибди.

Аҳолининг туғилиш коэффициенти пастлиги ва ўлим коэффициентининг юқорилиги, мамлакат аҳолиси кам саёҳат қилади деган хулосага олиб келмайди, лекин бу аҳоли структурасига тегишли ўзгартириш киритади, буни туризм ривожланишида ҳисобга олиш керак.

Ёш. Аҳоли структурасида ёшининг ўзгариши барибир бизнеснинг барча соҳаларига таъсир қилади. Туризм ривожланишини башорат қилишда, мамлакат аҳолисининг ёш буйича таркибини ўрганиш ва туризм бозорига таъсирини аниқлаш муҳим аҳамият касб тади.

Ғарб кузатувчилари туризм бозорига таъсир қилувчи қуйидаги ёш буйича сегментларни ажратадилар.

Болалар. Болалар туғилишининг ортиши туризм учун унча яхши эмас. Сабаби ёш болалари ва чақалоқлари бор оилалар саёҳатдан кўра уйда ўтиришни афзал кўрадилар. Бундан ташқари бундай оилаларда саёҳат учун ишлатилиши мумкин бўлган даромаднинг бир қисми ёш болалар ва чақалоқларга ишлатилади. Аммо ёш болаларнинг ўсиш тенденцияси туризмнинг келажакдаги ривожланиши учун яхши омил ҳисобланади. Сабаби бу ёш болалар туристик хизматларнинг салоҳиятли истеъмолчилари ҳисобланадилар.

Ўсмирлар бозорнинг асосий сегментини ташкил этадилар. Сабаби улар ўзларининг индивидуал ҳарид қобилятига эга. Қаерда дам олиш кераклигига оила аъзоларига ўзларининг таъсирини ўтказадилар. Улар мустақил туристлар ҳамдир. Саёҳат қилишига шахсий транспорт воситаларининг борлиги асосий омил ҳисобланади.

Аҳолининг ҳарид қобилятига 35 ёшдан 44 ёшгача бўлганлар асосий таъсир кўрсатадилар. Бу сегментнинг ҳаёт тарзи бутун мамлакат ҳаёт тарзи бўла бошлайди, бу ҳоқ саёҳат бўлсин, ёки дам олиш масканлари бўлсин. Айнан бу гуруҳдаги аҳоли самолётлардаги саёҳатларга ва курортларда дам олишга ишқибоз. Бу гуруҳдаги кишиларнинг эҳтиёжларини кондириш, туризм бизнесининг келажакдаги ривожланишига таъсир қилувчи асосий омилдир.

45 ёшдан 54 ёшгача бўлганлар. Ўзларининг яшаш жойларидан ўзокроқда, курортларда дам олишга, самолётларда саёҳат қилишга моликдир. Бу гуруҳ асосини ижтимоий фаол кишилар ташкил қилади. Бу ёшдагилар барча

кўлайликлар бўлишини ва экскурсия дастурларига ўзларининг касбига боғлиқ объектлар билан танишишни киритилишини хоҳлайдилар.

Асосий эътибор қаратилиши лозим бўлган тенденция-бу кекса ёшдаги аҳолининг ўсиб боришидир. (60-65 ёш ва 65 ёшдан юқори). Бу бозор доимо ўсиб боровчи ва бошқа ёшдаги сегментларга нисбатан асосийсидир. Бу туризмнинг ажралиб турувчи жихати шундаки, бу ёшдагилар ходим хизматга, тиббий ёрдамга ва х.к.о.ларга талаби юқори. Шу жумладан бу туристларнинг дам олиш вақтлари чегараланмаганлиги сабабли, айнан туризмнинг сезон ойлари (июль, август)ни четлаб ўтишга ҳаракат қилади ва илиқ куз мавсумини яхши кўришлари билан, кишини ўзига жалб қилади.

Даромад. Аҳолининг харид қобилияти туризм ривожланишининг асосий омилидир. Даромадларнинг ўсиши билан туризмга сарф-ҳаражатлар ҳам ошади. У ёки бу оиланинг даромади қанчалик юқори бўлса, шунчалик турсаёҳатга имконият юқори бўлади. Маблағи етарли одамлар даромадларининг бир қисмини айнан шу туризмга сарфлашни маъқул кўрадилар. Вақт тежаш воситаси сифатида уларни кўпроқ авиа транспортлар орқали ўчишлар жалб қилади.

Туризмга бўлган талаб тўғридан – тўғри истеъмолчиларнинг даромадларига боғлиқ. Шу сабабли доимо аҳоли даромадлари таркибидаги ўзгаришлар тенденциясини кузатиб бориш керак. Агар иктисодий кўрсаткич пастлашса, туристик корхоналар ўз товарлари нархларини туширишлари керак.

Таълим. Аҳолининг туристик фаоллиги тўғридан – тўғри салоҳиятли истеъмолчиларнинг таълим даражаси билан боғлиқ. Таълим одамларни қизиқишини кенгайтиради ва шу сабабли туризмга таъсир қилади. Ўрта маълумотли одамлар кўнгилочар саёҳатларни афзал кўрадилар. Олий маълумотли одамлар эса кўпроқ саёҳат қилишга моликдирлар. Бу тоифадаги аҳолида юқори даражада даромад манбаи бўлиб, саёҳат чоғида асосий ҳаракатланиш воситаси сифатида авиатранспортни афзал кўрадилар.

Касб. Туризм товар ва хизматларининг харидига туристнинг қандай касб билан шуғулланиши маълум маънода таъсир кўрсатади. Идораларда ишловчилар, хизматчиларга нисбатан кўпроқ саёҳат қиладилар. Лекин йил мобайнида кўпроқ саёҳатни менеджерлар, банк ходимлари ва бошқарув аппарати ходимлари амалга оширадилар. Туристлик фирмалар машғулот турлари буйича гуруҳларни аниқлаб олишга ҳаракат қиладилар. Баъзи бир туристик фирмалар аниқ бир касб гуруҳлари учун махсус товар ва хизматларни ишлаб чиқаришга ихтисослаштирилганлар.

Ирқи. Ўзбекистон кўп миллатли республика. Маълум бир миллат ва ирқнинг камлиги ҳам туризм хизматларининг салоҳиятли истеъмолчиларидир. Аҳолининг бу қисми ўзларининг миллий анъаналари, маданияти ва урф-одатларига эга. Бу гуруҳ одамларида маҳаллий аҳолидан фарқли равишда харид қобилияти ўзига хос бўлади. Бу гуруҳдаги салоҳиятли истеъмолчилар ўзларига алоҳида махсус ёндашишни ва махсуслашган маркетинг дастурини бўлишини талаб қилади.

Жинси. Ўзбекистон аҳолиси таркибида аёллар 51 % ни ташкил қилади. Бундан ташқари доимо усувчи ижтимоий, иктисодий ва сиёсий жабҳаларда

аёлларнинг роли ошиб бормокда. Бу омиллар аёлларни туризм бозоридаги асосий сегментга айлантормокда.

Ўзбекистонда ишловчи аёллардан кўра уй бекалари кўп. Ишловчи аёллар кўп холларда юқори даромадларга эга ва шу сабабли оилада кўшимча даромад бўлиши туфайли саёхатларга етарли пул маблағлари бўлади.

Ишлаётган аёллар орасида карьерага қизиқувчи аёллар турфирма учун анча истиқболдир. Шу сабабли жинсларнинг ижтимоий ролида ўзгаришлар содир бўлмокда ва бу истеъмолчилар ҳаракатидаги ўзгаришларга олиб келмокда.

Буш вақтнинг мавжудлиги. Одамлар саёхатга нафақат пулларини балки вақтларини ҳам сарфлайдилар. Ҳатто энг юқори даромадга эга бўлган шахс ҳам агар вақти бўлмаса тур саёхатини амалга оширолмайдди. Ривожланган жамиятда вақтнинг етишмаслиги (худди даромад етишмаслиги каби) туризмни чегараловчи асосий омилдир. Худди шундай вақт саёхатда тур транспорт воситасининг туризм маркази ва кўнгилочар дастурларни танлашга таъсир килади.

Урбанизация оқибатида қишлоқ хўжалигида банд бўлган ва кичик аҳоли яшайдиган пунктлардаги аҳоли сони қисқармокда. Аввал “саёхат қилмаганлар”нинг бир қисмини ташкил этган айнан шу ижтимоий аҳоли туризм бозорига янги сегмент сифатида кириб келади.

3.3.Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.

Сўнгги йиллардаги ҳар хил сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларга қарамай, мамлакатимиздаги туризм саноати йилдан-йилга барқарор равишда маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқаришни кўпайтириб бораётган халқ хўжалиги тармоғи бўлиб қолмокда. Бундай тенденцияни БТТ услубикаси бўйича бажарилган ҳисоб-китоблар ҳам тасдиқлайди. Бундай ҳисоб-китоблар тақдим этилган туристик хизматларнинг кўп йиллик ҳисобот маълумотлари асосида амалга оширилган. Таҳлил натижалари мутахассисларга туристик хизматларнинг ҳажми, демакки улардан олинадиган даромадлар ҳажми ҳам келгусида ортади, дея башорат қилишларига имкон бермокда.

Ўзбекистон катта туристик потенциалга эга ва жаҳон туристик бозорида ўз мавқеи бор мамлакат. БТТ маълумотларига қараганда, 2010 йилда дунёдаги туристлар сони 1 млрд. кишидан ортади, туризмдан олинадиган даромад эса 1550 млрд. АҚШ долларига етади.

Ўзбекистонда туризмнинг ривожланишига тўсқинлик қиладиган сабаблар қуйидагилар бўлиши мумкин:

- меҳмонхона ва транспорт хизмати кўрсатиш даражасининг, туристларнинг овқатланиши ва дам олиши тизимининг жаҳон стандартлари даражасига мос келмаслиги;
- хизмат кўрсатиш даражаси анча паст бўлгани ҳолда уларнинг нархини ошириб юбориш;
- миллий маркетинг ахборот тизими ва рекламанинг ҳар хил шаклари йўқлиги;

- кўплаб туристик фирмалар ходимлари малакасининг бугунги кун талабларига жавоб бермаслиги ва бу фирмаларнинг асосан хорижий туризмга мўлжал олиши.

Иқтисодий муносабатларнинг трансформациялашуви шароитларида туризмни ривожлантиришни бошқариш самарадорлигини оширишнинг муҳим омили хўжалик юритишнинг янги шакллари излаш ҳисобланади. Мамлакатимиздаги туристик хизматлар бозорида ҳозирги вақтда асосан анъанавий шакллар фаолият кўрсатмоқда. Агар йўлланмаларнинг нархи доимий ошиб борадиган бўлса, дам олувчилар сони ҳам тегишлича камайиб боради. Юқорида айтилганлардан шу нарса келиб чиқадики, ҳозирги шароитларда Ўзбекистонда энг долзарб муаммолардан бири туристик соҳани қайта ташкил қилиш, унинг рентабеллигини, биринчи навбатда, юқори технологияли комплекслар ва тегишли инфраструктурага эга туристик марказларни ташкил қилиш эвазига ошириш ҳисобланади. Ички туризмни ривожлантириш, ёшлар, аҳолининг кам таъминланган қатламлари, уруш ва меҳнат ветеранлари ўртасида туристик-экскурсия фаолиятини яхшилаш, тақдим этиладиган ижтимоий қатламларнинг сифатини ошириш масалалари ҳам ҳал қилинишини кутмоқда.

Охирги йиллардаги ҳар хил сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларга қарамай, мамлакатимиздаги туризм соҳаси йилдан-йилга барқарор равишда маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқаришни кўпайтириб бораётган халқ хўжалиги тармоғи бўлиб қолмоқда. Мамлакатимиздаги туристик хизматлар бозорида ҳозирги вақтда асосан анъанавий шакллар фаолият кўрсатмоқда. Агар йўлланмаларнинг нархи доимий ошиб борадиган бўлса, дам олувчилар сони ҳам тегишлича камайиб боради. Юқорида айтилганлардан шу нарса келиб чиқадики, ҳозирги шароитларда Ўзбекистонда энг долзарб муаммолардан бири туристик соҳани қайта ташкил қилиш, унинг рентабеллигини, биринчи навбатда, юқори технологияли комплекслар ва тегишли инфраструктурага эга туристик марказларни ташкил қилиш эвазига ошириш ҳисобланади.

Таянч сўз ва иборалар: туристик бозор, туристик хизмат, туристик талаб, туристик таклиф, оммавий туристик бозор, машҳур туристик бозор, индивидуал туристик бозор, таъсир қилувчи асосий омиллар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристик бозорнинг функциялари ва таркибини айтинг.
2. Туризм бозорига таъсир қилувчи асосий омилларни санаб беринг.
3. Оммавий туристик бозорни тушунтиринг.
4. Индивидуал туристик бозорни тушунтиринг.
5. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил этинг.

IV.Мавзу. ТУРИЗМДА ХИЗМАТЛАР ВА УЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

Режа:

- 4.1.Туристтик хизматларнинг хусусиятлари.
- 4.2.Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).
- 4.3.Хизматлар пакети.
- 4.4.Хизмат кўрсатиш дастури.
- 4.5.Хизмат етказиб берувчилар.

4.1.Туристтик хизматларнинг хусусиятлари.

Бозор иқтисодиёти шароитида тадбиркорлар одатдаги муҳит шароити ташқарисида бўлиб қолдилар, чунки олдин ягона товар бўлиб моддий маҳсулот, аниқроғи унинг торгина қисми – халқ истеъмоли товарлари ҳисобланар эди. Янги муносабатлар капитал бозори, ишчи кучлари хизмат бозори ва ҳ.к. каби бозорнинг янги сегментларини ўзлаштиришни талаб этади. Чет элда хизматлар соҳаси иқтисодиётнинг тез таракқий этувчи тармоқларидан бири ҳисобланади. Дунёдаги ривожланган мамлакатларда ялпи ички маҳсулотида хизматлар улуши 60 фоиздан ҳам ошади. Ўзбекистонда туризм бозорини ўрганиш ва ривожлантириш учун, аввало туристик хизматларнинг моҳиятини аниқлаш зарур.

Хизмат термини халқаро стандартларда берилишича – бу ижро этувчи ва истеъмолчи ўртасидаги бевосита ўзаро таъсирнинг натижасидир, ҳамда истеъмолчи эҳтиёжини қондириш бўйича ижрочининг шахсий фаолияти натижаси ҳисобланади. Бу тушунча ўз таркибига қўйидагиларни қамраб олади:

1. Хизмат истеъмолчилари ва ижро этувчиларнинг ўзаро таъсири;
2. Ижрочиларнинг ўзлари тамонидан хизмат кўрсатиш жараёни (яъни, маълум ишларни бажариш);
3. «Қайта ташкил қилинган маҳсулот» ёки «хизматлар натижаси» кўринишидаги ушбу фаолият натижалари.

Туристтик хизмат – туристларни мос равишдаги эҳтиёжларини қондириш бўйича туристик корхона фаолияти натижаси ҳисобланади. Туристтик корхонанинг иши барча саёҳатларни ташкил қилиш билан бирга алоҳида хизматларни ташкил қилиши ҳам мумкин.

Бошқа исталган хизмат турлари каби туристик хизматлар ўзига хос хусусиятлари билан фарқланади, буни шартли равишда «учта С» билан белгиласак у қўйидаги ҳолатда бўлади:

- *Сезилмаслик.* Туристтик хизматлар моддий маҳсулот бўлиб ҳисобланмайди. Улар ижтимоий – маданий (номоддий) соҳаларга тегишли бўлади, чунки истеъмолчини ижтимоий-маданий хизматларга бўлган эҳтиёжини жисмоний, интеллетуал, маънавий ва ҳ.к. эҳтиёжини қондириш бўйича хизматларни ижро этувчилар фаолияти аниқлайди. Уларни ҳарид

вақтида кўриш ёки баҳолаш мумкин эмас. Бундай хизматлар объекти бўлиб, шахсан истеъмолчи ҳисобланади (турист);

- *Сервисни ва истеъмолчини ўзаро боғлиқлиги.* Хизматлар истеъмолчи ва ижро этувчиларнинг ўзаро таъсири натижасидан ташкил топганлиги сабабли, туристик хизматларни кўрсатиш жараёни (ишлаб чиқариш) истеъмол билан бирга параллел равишда юз беради. Маълумки, моддий шаклда таварларни ишлаб чиқариш, уни сотувидан олдин бўлади, фақат ундан кейингина истеъмол жараёни бошланади;

- *Сақланмаслик.* Туристик хизматларнинг сақланмаслиги (сақлаш мумкин эмаслиги). Туристик хизматларнинг ҳаётий цикли моддий товардан тубдан фарқ қилади, хусусан сақлаш босқичининг мавжуд бўлмаганлиги билан туристик хизматларни сақланмаслиги бозор конъюктурасини яхшилаб ўрганишни, талаб ва таклифни мўтоносиблигини талаб этади, чунки хизматлар талаб бўлмаганга қадар «омборларда» туриб қоладиган маҳсулот эмас.

Туристик хизматлар таркибида асосий ва қўшимча хизматлар билан фарқланади. Туристик корхоналар кўрсатадиган асосий хизматларга қўйидагилар киради:

- Ташишни ташкил этиш бўйича хизматлар;
- Жойлаштириш;
- Туристларни овқатлантириш;

Туристик корхоналар кўрсатадиган қўшимча хизматларга қўйидагилар киради :

- Саёҳатни (экскурсияни) ташкил этиш бўйича хизматлар;
- Туристларни суғурталаш бўйича хизматлар;
- Гид (туристларга изох, тушунтириш берувчи шахс), гид-таржимон хизматлари;

- Туристларни яшаб турган жойидан унинг вақтинчалик келиб тушган жойигача -мамлакатгача ва тескари (трансфер) ташиш бўйича, ҳамда саёҳат шартларида кўзда тўтилган мамлакат ҳудудида (вақтинчалик келган жойидан) исталган бошқа ташишлар бўйича хизматлар;

- Техникани таъмирлаш бўйича хизматлар;
- Прокат бўйича хизматлар;
- Валюта айирбошлаш;
- Телефон хизмати;
- Почта хизмати;
- Маиший хизмат кўрсатиш хизматлари;
- Пляжлардан фойдаланиш хизматлари ва ҳ.к.

Бундай бўлиниш истеъмол хусусиятлари нуқтаи назаридан олиб қараганда, аҳамиятли фарқлар йўқлиги сабабли шартлидир. Йўлланмада қайд қилинган ва асосий дастурга киритилган хизматлар асосий ҳисобланади. Қўшимча хизматларни етиб келган жойида туристни ўзи мустақил ҳарид қилади. Улар йўлланма нархига кирмайди.

Кўпгина ҳолатларда туристик асосий хизматларга транспорт хизматлари, жойлашиш ва овқатлантириш хизматларидан ташкил топади. Аммо, танишув (экскурсион), малакавий иш туризми, спорт, диний мақсадларда саёҳатлар

ташкил этилганда кўшимча хизматлар ҳам ушбу турларнинг асосини ташкил этади. Асосий ва кўшимча хизматлар ўртасидаги фарқ, уларни дастлабки харид қилинган йўлланма пакетига киритилган хизматлардан ташкил топади. Туристарга номоддий хизматлардан ташқари моддий хизматлар ёки махсус маҳсулотлар тақдим этилиши мумкин, масалан шаҳар режаси, метро харитаси, сувенирлар, туристик жиҳозлар.

Шундай қилиб Ўзбекистонда туризм бозорини ўрганиш ва ривожлантириш жараёнида, келгусида туризмни асл моҳиятини белгиловчи кўйидаги учта жиҳатларни ҳисобга олишни ҳозирги давр талаб қилмоқда:

- дам олиш ва кўнгил очар фаолият сифатида;
- бевосита туризмга хизмат қилувчи тармоқни қамраб олувчи бизнес сифатида;
- туризм бозорига йўналтирилган моддий ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш тармоғи корхонасининг фаолияти сифатида.

4.2.Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).

Хизмат кўрсатиш даражалари тақдим этилаётган хизматлар сифатини белгилаш учун ишлатилади. Туристик маҳсулот турли туман хизматлар йиғиндисидан иборат бўлганлиги учун уларни туристга сотишда даражасини белгилаш билан боғлиқ муаммолар келиб чиқади. Турлар ва хизматларнинг даражасини белгилаш бўйича бизнинг мамлакатимиз бозорларида ҳам халқаро бозорда ҳам норматив стандартлар мавжуд эмас. Шунинг учун туроператор ва турагентлар турни силжитиш ва сотишда шартли равишда тур бўйича хизматларни люкс, биринчи класс, туристик класс, эконоом (иқтисод) класс қилиб белгиланади.

“Люкс класс”. Ушбу класс бўйича турларни ташкил қилишда одатда энг юқори даражали хизматлар жалб қилинади: 5 юлдузли ҳашаматли меҳмонхоналар, биринчи класс ва бизнес авиация самалётларида учиш, ҳашаматли ресторанларда овқатланиш, алоҳида транспорт люкс класс машиналарида, алоҳида гид хизматлари ва ҳ.к. Бундай турлар VIP-хизмат кўрсатиш туркуми (разряди) бўйича тақдим этилади.

Биринчи класс (даража) – бу ҳам нисбатан юқори даражали хизмат кўрсатиш бўлиб, 4-5 юлдузли меҳмонхоналарда жойлаштириш, бизнес класс даражадаги самалётларда учишнинг обрўли ресторанларда овқатланишни, индивидуал трансфертни, гид хизматларини назарда тўтади.

Туристик класс 2-3 юлдузли меҳмонхоналарда жойлаштиришни, доимо авиарейсларнинг иқтисод классларида учишни, швед стол типи бўйича овқатланишни, гуруҳли трансфертни назарда тўтувчи энг оммалашган хизмат кўрсатиш туридир.

Иқтисод класс. Энг арзон хизмат кўрсатиш туридир. Одатда иқтисод классидан талабалар ва кам таъминланганлар фойдаланади. Ушбу класс дастурлари юқори даражада бўлмаган хизматларни кам миқдорда тақдим этишни кўзда тўтади: 1-2 юлдзули меҳмонхонада жойлаштириш, ётоқхоналарда жойлаштириш, ўз-ўзига хизмат кўрсатиш тамойили бўйича фаолият юритувчи кичик ва кооператив меҳмонхоналарда жойлаштириш,

чартер авиарейсларида учиш, кўтиб олиш ва кузатиш жамоат транспортида амалга оширилиши мумкин. Бир сўз билан айтганда ҳаммаси тежамли ва арзон.

Аммо шуни унутмаслик лозимки, ушбу белгилашларнинг барчаси шартлидир ва кўпинча улар миллий вариантлар ва фарқларга эга. Нима бўлганда ҳам турни сотиб олишда ҳар бир хизмат даражасини ва унинг таркибини аниқлаштириш лозим.

4.3. Хизматлар пакети.

Комплекс хизмат кўрсатиш ўз ичига туристик хизматлар тўплами турпакетни олади. Туризмда хизматлар турли тумандир: жойлаштириш, овқатлантириш, ташиш, экскурсион, дам олиш-кўнгилочар ва маиший хизматлар, спорт ва курорт дастурлари, туристик сафарлар ва ҳ.к.

Туристтик амалиётда асосий ва қўшимча хизматлар тушунчалари амал қилади. Улар ўртасида қандай фарқ бор? Истеъмолчилик хусусиятлари нуқтаи назаридан улар ўртасида ҳеч қандай фарқ мавжуд эмас. Экскурсиялар агар улар турнинг нархига ва комплекс хизмат кўрсатишига киритилган бўлса улар асосий хизматлар ҳисобланади, аммо агар турист ўз хоҳишига биноан тўланган турга қўшимча равишда яна бирор экскурсияни харид қилса, бу қўшимча хизматга айланади. Шундай қилиб асосий ва қўшимча хизматлар ўртасидаги фарқ уларнинг турист томонидан дастлабки сотиб олинган турга алоқадорлигига боғлиқ.

Амалиётда асосий туристик маҳсулот бу хизмат кўрсатиш комплекси, яъни туристларга ягона пакетда сотилувчи хизматларнинг стандарт тўплами. Хизматлар пакети (турпакет) - туроператор томонидан яратилган ва маълум хизматлар тўплами: ташиш, жойлаштириш, овқатланиш, экскурсиялар ва ҳ.к. хизматлар тўпланидани иборат туристик маҳсулотдир. Турдаги хизматлар пакети турист томонидан танланган туристик дам олиш тури бўйича уларнинг эҳтиёжлари ва саёҳат мақсадидан келиб чиққан ҳолда шакллантирилади. Тур ва унинг пакетини шакллантиришда туристлар билан ишлашнинг икки варианты мавжуд:

- 1) буюртмали турлар сотилиши;
- 2) инклюзив турлар сотилиши.

Буюртмали тур. Буюртмали турларнинг сотишда дастурни шакллантириш ва хизматлар таркибини яхлитлаш турист хоҳишига биноан, унинг бевосита иштирокида амалга оширилади. Туристга таклиф этилаётган дам олиш масканида турли хил тур хизматларнинг ҳар бири бўйича турли хизмат кўрсатиш вариантлари таклиф этилади:

- жойлаштириш-жойлашган жойи ва тури, даражаси бўйича турли хил меҳмонхоналар;
- овқатланиш-турли вариантлар (тўлиқ ёки тўлиқ ярим пансион, ёки умуман овқатланишсиз) швед столи ёки “аля корт” ва ҳ.к.;
- экскурсиялар, харид-кўнгилочар хизматлар;
- транспорт хизматлари – авиаучиш вариантлари, темирйўл ташувлар, автомобиль ижараси ва ҳ.к. вариантлари;
- спорт ва даволаниш курорт хизматлари;

- виза хизматлари, шунингдек суғурта хизматлари.

Юқорида айтилганидек бундай турларни тузишда туристнинг ўзи бевосита иштирок этади. Турист томонидан таланган хизматлар тур дастурига шакллантирилади. Нарх ҳисобланади, уни турист турпакетга эга бўлгач тўлайди. Одатда бундай буюрмалар агентликларда шакллантирилади ва сўнг жорий учун туроператорга йўналтирилади. Буюртмаларнинг тез ва сифати ажралишини таъминлаш учун бугунги кунда халқаро туризмда турагентликлар ва операторлик компаниялари томонидан замонавий компьютер технологияларидан фойдаланмоқда. Халқаро туризмда пакетни яхлитлаш муаммолари, нархни ҳисоблаш ва турни сотишни оператив ҳал қилиш учун компьютер ва телефакс алоқасидан кенг фойдаланилади.

Инклюзив тур (ИТ). Бу олдиндан режалаштирилган ва дам олишнинг ёки туризмнинг маълум тури, ҳамда туристларнинг маълум ижтимоий гуруҳига ва ёнига йўналтирилган қатъий хизматлар тўпламидир. Энг кўп тарқалган инклюзив турлар деб маршрутли турларни айтиш мумкин. Яъни бунда туристлар гуруҳи автобусда бир нечта шаҳарлар ва мамлакатлар бўйлаб саёҳат қилади. Ушбу турнинг ўзига хос хусусиятлари (саёҳат графиги ва муддатлари билан қатъий боғланган, барча учун ягона дастур) унинг буюртмали бўлишига йўл қўймайди. Круиз турлар, хобби турлар ҳам инклюзивдир. Инклюзив турлар хизматлар таркиби ўзгармайди. Турист бундай турни тўлиғича сотиб олиши ёки ундан бутунлай воз кечиши мумкин. Инклюзив турлар барқарор талабга эга таниқли туризм ва дам олиш масканларидаги маршрутларда ташкиллаштирилади ва таклиф этилади. Инклюзив турлар нархининг катта қисмини жойлаштириш, овқатланиш тўловлари ташкил этади. Халқаро (авиат) ҳаво транспортлари ассоциацияси талабига биноан инклюзив турлар ўз ичига 3 тадан кам бўлмаган хизматлар: авиаучиш, жойлаштириш, бутун маршрут бўйлаб саёҳат ва юқоридаги 2 таси билан боғлиқ бўлмаган бирор хизмат (экскурсия, автомобил ижараси ва ҳ.к.).

Бундай турларга бўлган талабнинг тебранишига қарамасдан, уларни ривожлантиришнинг маълум афзалликлари мавжуд:

- умуман олганда комплекс саёҳат алоҳида сотиб олинган хизматлар тўпламидан арзондир;
- нархлари олдиндан маълум бўлганлиги учун турагентларнинг туристларга қандай маршрутни танлаш борасида маслаҳат беришлари осон кечади. Бунда дастурлар ҳам олдиндан белгиланган бўлади;
- ўз маҳсулотининг жозибадорлигини кўрсатиш учун кўпроқ имкониятнинг борлиги.

Инклюзив турларнинг камчиликлари:

- бундай турда мижозни қизиқтирмаган хизматларнинг мавжуд бўлиш эҳтимоли бор;
- дастурнинг ҳаддан ташқари тўйинганлиги;
- бундай тур рекламаси истеъмолчиларнинг фақатгина бир қисминигина жалб қилиши мумкин.

Буюртмали турларда туроператор доимий равишда меҳмонхоналардаги тасдиқланмаган ўринларга квоталарни ушлаб туриш лозим. Сотишда турли талабномалар бўлиши мумкин. Туроператор турли меҳмонхоналарда

жойлаштирилган туристлар билан ишлашига тўғри келади. Туристларни бир меҳмонхонада жойлаштириб хизмат кўрсатиш осон.

Юқорида айтиб ўтилганидек барча туристик саёҳатлар индивидуал ёки гуруҳли тарзда амалга оширилади.

Пакет тур (турпакет) – истеъмолчиларга гуруҳли ёки индивидуал вариантлар бўйича тақдим этиладиган хизматлар комплекси

Турпакетни ташкиллаштиришга таъсир этувчи омиллар:

- берилган саёҳатга талаб мавжудлиги;
- хизматлар, инфратузилма, моддий базанинг мавжудлиги;
- авикомпаниялар ва бошқа транспорт компаниялари билан муносабати;
- жўнатувчи ва қабул қилувчи мамлакатлар ўртасидаги муносабатлар;
- ҳамкор туристик ташкилотлар билан муносабат;
- ташланган мамлакатда туризмнинг ривожланиш даражаси;
- мамлакатнинг сиёсий барқарорлиги.

Шуни таъкидлаш лозимки, сиёсий барқарорлик омили туроператор томонидан ўзининг стратегиясини ишлаб чиқишда муҳим ҳисобланади. Бизга Грециядаги курд воқеалари, Мисрдаги террористик портлашлар билан боғлиқ талабнинг кескин пасайиш ҳоллари маълум. Ушбу йўналишларга ихтисослашган туроператорлар катта йўқотишларни бошдан кечирдилар. Аммо шуни ҳам таъкидлаш лозимки, ушбу ҳудудларда вазият барқарор бўлиши билан туристлар оқими яна қайтади. Берлиндаги халқаро туризм биржасида қайд этилганидек турист хавф-хатарни унитишга мойил. У сиёсий барқарорлик рўй берган мамлакатларда вазият яхшиланиши билан ўша ерга яна ошиқади, айниқса, иссиқ иқлимли ҳудудлар ва арзон нархлар ҳақида бўлса.

Турпакет нархи. Турпакетнинг муваффақиятига таъсир этувчи энг муҳим омил бу – нархдир. Нархлаштиришда бошқаларникига ўхшамаган, алоҳида хусусиятли турпакетга эга бўлган туроператорлар кўпроқ эркинликка эгадир. Улар нархни асосан хизматларни сотиб олиш ва бошқа харажатлар, шунингдек даромаднинг маълум фоизини киритишга асосланиб белгилайдилар. Оммавий бозор туроператорлари асосан рақиблар нархига асосланиб нарх белгилашади, айниқса турпакетларга талаб пасайганда (ўлик мавсумда). Турпакет нархини аниқлашда туроператорлар бозор етакчилари нархларига амал қилишади. Йирик туроператорлар харажатларни камайтиришади ва шу билан рақибларининг нархлаштиришда омадга эришишларига йўл қўйилмайди. Энг кўп қўлланиладиган нархлаштириш усулларидан бири бу харажатларга асосланган нархлардир, яъни маҳсулот таннархи ҳисобланади ва даромаднинг маълум фоизи қўшилади. Тур пакет нархига кирувчи даромад фоизи қўшимча харажатларни қоплаш, фондларга ажратмалар, маош ва соф даромадни ҳисоблаш орқали аниқланади ва 15 % дан 30% гача бўлади. Туризмда нархларни ҳисоблашнинг ўзига хос хусусиятларини унутмаслик лозим. Масалан, агар мавсумий дастурда узок-вақтли чартер рейсларининг (сериясининг) кетма-кетилиги, жойлаштиришнинг “back to back” тамойили қўлланилаётган бўлса, харажатлар мавсум боши ва охиридаги битта бўш рейс маълум самалётдаги жўнатишлар сони ва ўринлар сонини ҳисоблаш орқали аниқланди. Улар киришлар сонига бўлинади ва бу

турпакет нархига киритувчи битта учишнинг нархидир. Аммо туроператорлар нархларни ҳисоблашнинг ҳаражатлар усулини кўллашда маркетинг маълумотларини кўллаш билан бирга ўрта бозор нархларини ҳам инобатга олишади.

Туризмда нархлар ҳаражатлар ва даромадлар нотекис тақсимланган вақтда бозордаги талабнинг тебранишини ифодалайди. “Ўлик мавсум”да нархлар пасаяди ва мавсумда улар қайта тикланади (даромад эвазига). Нархлаштириш стратегияси ривожланиш босқичида бу айнан турпакетлар учун хосдир. Турпакетлар нархи нафақат туристик бозорнинг ҳолати, рақобатчиларнинг нархига балки бошқа турлар нархига ҳам боғлиқ бўлади.

4.4.Хизмат кўрсатиш дастури.

Хизмат кўрсатиш дастури-туристлар эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда уларга тақдим этиладиган хизматлар тўпламидир. Бу хизматлар пули олдиндан тўланган ва турни ўтказиш вақти бўйича тақсимланган бўлади.

Хизмат кўрсатиш дастурини тузишда одатда қўйидаги ёндашувдан фойдаланилади:

1.Туроператор ва турагент ўртасида шартнома тузишда хизмат кўрсатиш дастури конкрет хизмат кўрсатиш кунларига тақсимланмасдан тузилади, келишилади ва тасдиқланади.

Хизмат кўрсатишнинг конкрет кунларига тақсимланмаслигига сабаб музейлар, экскурсион масканлар, туристларни қизиқтирувчи спектакль ва концертларнинг вақтини олдиндан билишнинг иложи йўқ.

Масалан: томонлар 6 кунлик инклюзив турнинг дастурини келишиб олишда қўйидаги дастур тасдиқланди:

- туристик классдаги меҳмонхоналарнинг 2-3 ўринли хоналарида жойлаштириш;
- ресторнда овқатланиш – тўлик пансион;
- экскурсиялар: Самарқандни кўздан кечириш (авто), Регистон ансамбли (пиёда)-тарихий обидалар бўйлаб (пиёда)-шаҳар музейлари (пиёда);
- қўшимча тадбирлар: театрга ташриф (31 киши);
- Туристлар трансферти – аэропортда кўтиб олиш ва кузатиш.

Ушбу дастур ҳамкор фирмалар ўртасидаги шартномага қўшилади ёки турни индивидуал сотишда буюртма (банд қилиш варақаси) шаклида расмийлаштирилади.

2. Ташрифдан тахминан 3 кун олдин томонлар қўшимча равишда факс орқали конкрет тайёр хизмат кўрсатиш дастурини келишиб олишади. Индивидуал турист бундай дастурни йўлланма ёки ваучерни агентликдан олишда қўлга киритади.

Хизмат кўрсатиш даражаси туристик хизматлар ташкил этувчиларига боғлиқ: жойлаштириш, овқатланиш, экскурсион ва транспорт хизматларига дам олиш тадбирлари, тур таркиби ва уларнинг саёхат мақсадига тўлиқ мос келишига боғлиқ.

Мақсадга мувофиқ келувчи хизмат кўрсатиш дастурларига мисоллар:

№ 1 Касбий тур.

Ташриф буюриш ва қайтиб кетиш кунлари ҳисобга олинмаган 3 ва 5 кунлик дастурлар. Ташриф кунда – меҳмонхонада жойлаштириш дастури билан танишиш, тадбирлар графигини аниқлаштириш, кечқурун-ташриф юзасидан (байрамона) тантанали кечки овқат.

3-кунлик тур

- 1 чи кун** Меҳмонхонада нонушта;
Касбий учрашув ва музокаралар учун бўш вақт;
Меҳмонхона ресторанида тушлик;
Самарқанд бўйлаб обзор экскурсия;
Театрда томоша;
Меҳмонхонада кечки овқат;
- 2 чи кун** Меҳмонхонада нонушта;
Касбий учрашув ва музокаралар учун бўш вақт;
Меҳмонхонада тушлик;
Касбий мақсадларда аввалдан келишилган махсус жойлар (биржа)га ташриф ҳоҳловчилар (музокараларда қатнашмаган рафиқа, фарзандлар) учун бу вақтда шаҳар кўчалари бўйлаб сайр;
“Каримбек” ресторанида кечки овқат;
- 3 чи кун** Нонушта;
Сиёб деҳқон бозорига экскурсия, «Ўзбекистон халқлари тарихи» музейига ташриф;
Кечки овқат меҳмонхонада.

Касбий турларни ташкиллаштиришда туристларни юқори даражали меҳмонхоналарнинг бир кишилик номерларида жойлаштиришни таъминлаш лозим. Шунингдек меҳмонхона ичида ёки унинг яқин атрофида жойлашган залларни ижарага олиш имконини инобатга олиш лозим. Алоқа ва банк хизматлари - касбий мақсадларда саёҳат қилувчиларга хизмат кўрсатишнинг зарурий жиҳатидир.

Конгресс турларни ташкил этишда қўйидагиларни инобатга олиш лозим:

- оргтехника ва компьютер техникаси билан таъминлаш;
- мажлислар учун биноларнинг мавжудлиги;
- котибиат ишлари;
- банкетлар, учрашувлар коктейль соатлар;
- пресс конференциялар ўтказиш ва ҳ.к.

Шунингдек транспорт воситалари билан таъминлашни ҳам кўзда тутиш лозим.

4.5.Хизмат етказиб берувчилар.

Туристларга хизмат кўрсатишда саёҳат вақтида кўпгина турли туман ташкилотлар ва корхоналар қатнашади. Уларга жойлаштириш воситаларини тақдим этувчи ташкилотлар (меҳмонхона, турбаза, мотеллар ва ҳ.к.). Умумий

овқатланиш корхоналари (ресторан, кафе, ошхона ва ҳ.к.). Экскурсион ташкилотлар, транспорт компаниялари, шоу, кино ва видео ва ҳ.к. Шунга ўхшаш ташкилотлар, спорт ташкилотлари, рекреацион ташкилотлар. Маиший хизмат фирмалар, савдо ва ҳ.к. турли ташкилотлар. Тур давомида туристларга комплекс хизмат кўрсатишда иштирок этувчи барча корхона ва ташкилотларни туризм амалиётида хизматлар етказиб берувчилар деб номлаш қабул қилинган.

Туристлик маҳсулотни яратиш ва сотишдаги туроператорнинг роли ҳақида сўз кетганда хизматлар етказиб берувчиларининг асосий эканлигини ҳам унутмаслик лозим. Чунки, турист томонидан маҳсулотни сифатли деб тан олиниши ҳар бир алоҳида хизматнинг хусусиятларига боғлиқ.

Шунинг учун турдастурларини тузишида хизматлар етказиб берувчиларига алоҳида эътибор берилади ва хизматлар етказиб берувчилар билан ишлашда:

- ҳамкор томонидан тақдим этилаётган хизматларнинг сифатига жиддий ёндашув. Шунингдек ушбу фирманинг бозордаги обрўйини инобатга олиш;
- меҳмонхоналар, умумий овқатланиш корхоналари, транспорт хизматлари тури ва даражасининг конкрет тур мўлжалланган туризм тури ва истеъмолчиларнинг ижтимоий бўғинига муофиқлиги;
- ҳамкорлик бўйича шартномавий ҳужжатлаштиришга жиддий ва эътиборли ёндашув чунки бу келажақда фирма обрўйсига таъсир кўрсатиш мумкин.

Истқболли ҳамкорни топиш учун у ёки бу мамлакатда рўйхатдан ўтган кўп сонли фирмалар ичидан сиз билан ҳамкорлик қилишга қизиқаётган ва сизнинг бу борадаги талабларингизга жавоб бера оладиган фирмани танлашингиз лозим. Қидирувда сиз турли маълумотномалар, интернет ва ҳ.к. коммуникация воситаларидан фойдаланишингиз мумкин. Хизматлар етказиб берувчилари билан махсус кўргазма, ярмарка ва ҳ.к. алоқа ўрнатиш одатий усуллардан биридир. Хизматлар етказиб берувчилар ҳудудий қизиқиш, туризм тури, дастурнинг таркиби, шунингдек истеъмолчиларнинг ёши ижтимоий ва иқтисодий сегментлари бўйича танланади. Ундан ташқари фирманинг обрўйи ва касбий сифатлари ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Таклиф этилаётган хизматлар пакетининг жорийси учун қўйидаги хизматлар етказиб берувчилар зарур:

- Юқори даражали меҳмонхона, қўлай автобуслар ва туристларга ижарага бериш учун машиналарга эга транспорт компаниялари. Юқори даражали, таомни хонага етказиб бериш ва менюни туристлар билан келишиш имкониятини берувчи ресторан;
- гуруҳли ва индивидуал экскурсияларни ташкил этувчи ва юқори даражада гидларни тақдим эта оладиган экскурсион ташкилотлар;
- театр-манзарали ташкилотлар, тунги клублар, аквапарк, табиий ва тематик парклар, балиқ овлаш хўжаликлари.

Мавзуни мустаҳкамлаш учун амалий машғулотлар:

1. Туроператорлар реклама эълонларини таҳлил қилинг ва улар ўртасида инклюзив турларни ажратинг. Ўз қарорингизни тушунтириб беринг.
2. Бирор бир инклюзив турнинг асосий хизматлар тўпламини тузинг (қўшимча хизматларни инобатга олган ҳолда).

Таянч сўз ва иборалар: туристик хизматлар, хизмат кўрсатиш даражаси, хизматлар пакети, буюртмали турлар, инклюзив турлар, хизмат кўрсатиш дастури.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристик хизматларнинг хусусиятларини айтиб ўтинг?
2. Хизмат кўрсатиш даражаларини айтиб ўтинг?
3. Хизматлар пакетини хусусиятлари нимада?
4. Хизмат кўрсатиш дастури деганда нимани тушунасан?
5. Хизмат кўрсатиш дастурини тузиш тартиби ҳақида сўзлаб беринг?
6. Турларни ташкил қилиш технологияси нима билан аниқланади?
7. Оптимал хизмат кўрсатиш дастури деганда нимани тушунасан?

V.Мавзу.Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш

Режа:

- 5.1. Турхизматларни лойиҳалаш.
- 5.2. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти.
- 5.3. Хизмат кўрсатиш анимацияси.
- 5.4. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

5.1.Турхизматларни лойиҳалаш.

Хизматларни лойиҳалаш учун асос бўлиб унинг қисқача таърифи хизматлар бозорини тадқиқ қилиш натижасида олинган ва хизматлар ижрочисининг имкониятларини инобатга олган ҳолда буюртмачи билан келишилган талаблар тўплами ҳисобланади. Хизматлар тавсифи тегишли хизмат турига бўлган давлат стандарти талабларидан паст бўлмаслиги лозим. Лойиҳага хизматлар истеъмолчилари ва уларнинг мулкларига бўлган хавф хатарни камайтириш, уларнинг хавфсизлигини таъминлаш бўйича конкрет талабларни киритиш лозим.

Ҳар қандай хизматларга бўлган туристлар талабининг ифодаловчи ҳужжатлар ўзида қўйидагиларни сақлаши лозим:

- туристларга хизмат кўрсатиш усуллари, шакллари ва жараёнларининг баёни;
- туристларга хизмат кўрсатиш жараёнларининг тавсифи;
- зарур ходимлар сони ва уларнинг касбий тайёргарлиги;
- хизмат кўрсатишни таъминлашнинг кафолати;
- рекреацион ресурслар мулкдорлари, санитар-эпидемиологик назорат органлари, ёнғин назорати ва ҳ.к. лар билан келишув.

Хизмат кўрсатиш жараёнини лойиҳалаш хизматларни тақдим этишнинг алоҳида босқичлари ва уларнинг ҳар бири учун алоҳида технологик ҳариталарни тузиш бўйича амалга оширилади.

Турни лойиҳалашнинг натижаси бўлиб, технологик ҳужжатлаштириш ҳисобланади. (технологик хариталар, йўриқномалар, қоидалар, регламентлар ва ҳ.к.)

“Туристтик саёҳат” хизматини лойиҳалаш 2 босқични кўзда тўтади.

1) Туристларга хизмат кўрсатиш дастурига мувофиқ “туристик саёҳат” хизматига кирувчи ҳар бир турни лойиҳалаш.

2) “Туристтик саёҳат” хизматини умумий равишда лойиҳалаш.

Турист талабларига биноан хизматларни лойиҳалашда хизматни ижро этувчи ташкилотларнинг имкониятлари инобатга олиниши лозим. “Туристтик саёҳат” хизматининг қисқача тавсифи маълум ҳудуддаги рекреацион ресурслар имкониятларини ўрганиш, аҳоли эҳтиёжлари ва тўлов қобилятини, ҳамда туристик саёҳатлар турига бўлган талабни ўрганиш асосида тузилади. Тавсиф туристларга хизмат кўрсатиш дастури лойиҳасида аниқлаштирилади. Хизмат кўрсатиш дастурини ишлаб чиқишда қўйидагилар аниқлаб олинади:

- саёҳат маршрути;
- хизматлар ижрочилари-туристик ташкилотлар руйхати;

- ҳар бир хизмат кўрсатувчи ташкилотнинг хизматларни тақдим этиш даври;
- экскурсиялар ва диққатга сазовар объектлар таркиби;
- бўш вақт тадбирлари комплекси;
- маршрут ҳар бир пунктига ташрифнинг давомийлиги;
- саёҳатда иштирок этувчи туристлар сони;
- ички ташувларга мўлжалланган транспорт турлари;
- гидлар, экскурсиячилар, чет эллик вакиллар йўриқчилар, таржимонлар шунингдек уларнинг тайёргарлигига бўлган талаб;
- транспорт воситаларининг зарурий миқдори;
- реклама ахборот воситаларини тайёрлаш тартиби.

Турни лойиҳалашнинг натижалари бўлиб:

- туристик саёҳатнинг технологик харитаси;
- ташкилотнинг юкланиш графиги;
- туристларга хизмат кўрсатиш дастури.

Туристлик хизматларга бўлган талаблар:

Мажбурий ҳаёт ва соғлиқ, мол-мулк хавфсизлиги, атроф-муҳит муҳофазаси;

Тавсия этиладиган вазифага мувофиқлик, бажаришда тезкорлик ва аниқлик, комплекслик хизмат кўрсатувчи персоналнинг аҳоли қўлайлик эрганомлик, эстетиклик.

Вазифага мувофиқлик. Туристлик хизматлар улар йўналтирилган истеъмолчиларнинг жисмоний имкониятлари ва умидларига мувофиқ келиши лозим.

Бажаришда тезкорлик ва аниқлик. Тақдим этилаётган хизматлар хажми, муддати ва хизмат кўрсатиш шартлари йўлланма чипта, квитанция ва ҳ.к. кўрсатилганларга мувофиқ бўлиши керак.

Комплекслик. Хизматларни тақдим этиш туристларнинг нормал ҳаёт кечириш учун қўшимча хизматлар (маиший, алоқа, савдо ва ҳ.к.) олиш имконини таъминлаш лозим.

Хизмат кўрсатувчи ходимларнинг ахлоқи. Хизмат кўрсатувчи ходимлар хулқ атворнинг ахлоқий нормаларига риоя қилиш лозим. Истеъмолчига хизмат кўрсатиш ходимнинг хушмуомила, дўстона ва коммуникабеллик муносабатлари кафолатланиши лозим.

Қулайлик. Туристлик хизматлар истеъмолчилар учун яратилган қўлай шароитларда тақдим этилиши лозим.

Эстетиклик туристик ташкилотлар худуди, туристик мақсадларда фойдаланиладиган объектлар, биноларнинг кўркемлиги дизайнининг мукамаллиги. Хизмат кўрсатувчи бинолар интерьерининг кўркемлиги, ҳамда хизмат кўрсатувчи ходимнинг ташқи кўриниши ва муомала маданияти эстетик талабларга жавоб бериш лозим.

Эрганомиклик хизмат кўрсатиш давомийлик туристик ва экскурсион маршрутларнинг мураккаблиги, туристларга тақдим этиладиган асбоб-анжомлар, фойдаланиладиган транспорт воситалари, мебель ва ҳ.к. туристларнинг физиологик ва психологик имкониятларига мувофиқ келиши лозим. Хизматларни лойиҳалашда туристларга хизмат кўрсатиш сифатини назорат қилиш усулларино инобатга олиш лозим.

Сифат назоратини лойиҳалаш ўз ичига:

- хизматлар тавсифининг хатоларини тузатиш усулларини аниқлаш,
- назорат қилинаётган тавсифларни баҳолаш усулларини аниқлаш,
- назорат усуллари: визуал (маршрутлар ва объектларни кўздан кечириш); аналитик (хужжатлар таҳлили); ижтимоий (туристлар сўрови) ва ҳ.к.

Хизматни лойиҳалашнинг яқунловчи босқичи бўлиб, лойиҳани таҳлил қилиш ва бунинг натижасида хатоларни топиш ва бартараф этиш ҳисобланади.

Туристларга хизмат кўрсатиш жараёни ва лойиҳаланган туристик хизматлар хужжатларини туристик ташкилот раҳбари буюртмачи билан келишган ҳолда тасдиқлайди. Лойиҳада ўзгаришлар фақат буюртмачи билан келишилган ҳолда ва фақат асосланган ҳоллардагина тур ташкилот раҳбари томонидан тасдиқланади.

5.2.Хизмат кўрсатиш менежменти ва стратегияси.

Ҳар бир корхона ўзининг хизмат кўрсатиш стратегиясини ишлаб чиқади - бу унинг тегишли бозор муҳитида қандай рақобат қилишини аниқлайдиган ҳаракатлар режасидир.

Хизмат кўрсатиш стратегияси шу соҳанинг исталган тадбиркорлигига тегишли уч асосий компонентга тўхталиб ўтади:

1. Мижозлар эҳтиёжлари.
2. Компаниянинг бу эҳтиёжларни қондириш қобилияти.
3. Компаниянинг узоқ муддатли фойдаси.

Истеъмолчиларнинг қандай эҳтиёжлари ва харажатларига хизмат қиламиз? Бошқаларга нисбатан яхши хизмат кўрсатиш учун етарли билим ва малакага эгамизми? Қўйилган капиталга мос фойда олиш ва ўзоқ муддатга рақобатбардош бўлиш имкониятини берадиган даромад олиш учун биз қандай хизмат кўрсатишимиз лозим?

Бу саволларга бериладиган ижобий жавоблар туроператорлик хизмат кўрсатиш менежменти бўлган хизмат кўрсатиш стратегиясининг асоси ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш стратегияси -туроператорнинг ижобий имиджи, доимий миждозлари ва бозорда мустаҳкам молиявий ўрнининг шаклланишига рол ўйнайдиган хизмат кўрсатиш стратегияси мақсадларини аниқлайдиган ҳаракатларнинг бош режасидир.

Бу ерда туроператор иши устунлигини таъминлайдиган туристларга хизмат кўрсатиш менежменти ташкил этувчиларига эътибор бериш зарур.

1.Айтиб ўтилганидек, туристларга хизмат кўрсатиш турни сотишдан бошланади. Шу сабаб ҳам туристлар учун, ҳам ҳамкорлар учун ишончли ва инкор этиб бўлмайдиган ахборот хизмат кўрсатиш менежментининг асосий стратегик вазифаларидан бири ҳисобланади. Турмаҳсулот (унинг мақсади, шароитлари, таркиби, нархи ва хизмат кўрсатиш даражаси) истеъмоли ҳам турагентга, ҳам уни сотиб олаётган туристга аниқ бўлиши лозим. Буларнинг барчасини бажариш учун миждозлар ва ҳамкор - турагент учун каталог, йўналишлар хариталари, турли хизматларга тариф нархлари справочниклари,

буклетлар, туристлар ва транспорт воситалари суғуртаси шароитлари бўлиши лозим.

2.Хизмат етказиб берувчилар билан доимий алоқа ушлаб туриш туроператор вазифасига киради. Шунинг учун туроператор офисига доимо адрес, телефон, телефакс справочниклари, реклама-информацион буклетлар, меҳмонхоналар справочниклари, транспорт воситалари рейслари жадвали кабилар жуда зарурдир. Бу маълумотлар электрон кўринишларда ҳам бўлиши мумкин.

3.Йўналишли турларда назорат мақсадида гид ёки кузатувчи воситасида туристлар билан алоқани, саёҳатга чиқадиган туристлар маълумотларини рўйхатга олишни таъминлаш лозим.

4. Белгиланган қоидалар доирасида туристларга суғурта кафолатлари хизматларини кўрсатиш. Вазифа-туристлар учун нисбатан ишончли ва фойдали суғуртачини топиш.

5. Саёҳат жойи, хизмат кўрсатиш хусусиятлари, шунингдек, мижозлар хоҳишлари билан боғлиқ турнинг технологик жиҳатларига риоя қилиш.

Ҳар бир аниқ йўналиш ўз хусусиятларига эга. Бироқ турда туристларга хизмат кўрсатиш технологиясининг умумий тавсиялари ҳам мавжуд:

- кўрсатиладиган хизматларнинг пули тўланган хизматларга аниқ мослиги;
- сотилган тур хизмат кўрсатиш даражасининг реклама қилинганига мос келиши;
- таркиби бўйича турларнинг мақсадли - адресли йўналтирилганлиги;
- хизматларнинг аниқ ва ўз вақтида кўрсатилиши;
- хизмат кўрсатиш дастурининг оптималлиги;
- хизмат кўрсатишни анимациялаштириш.

Туристларга хизмат кўрсатишда стратегик йўналишлар - хизмат кўрсатиш маданияти ва сифати, дастурларнинг ахборотлилиги ва туйинганлиги, сервис қулайлиги ва бошқалар бўлиши мумкин.

Хизмат кўрсатиш стратегияси маълум мақсадли бозорга ҳам таяниши мумкин. Масалан, япон туристларига хизмат кўрсатиш спецификаси европаликларга хизмат кўрсатишдан фарқ қилади. Спецификаси бўйича кексалар ва ўсмирларга хизмат кўрсатиш дастурлари, иқтисодий ёшлар турлари ва эксклюзив ВИП-дастурлар бир-биридан фарқ қиладилар

Юқорида келтирилган омиллар қаторида мутахассислар томонидан меҳмондўстлик тушунчаси ҳам турмаҳсулотнинг аҳамиятли хоссаси сифатида тан олинган. Усиз энг мукамал турмаҳсулот ҳам шахсизлантирилгандек туюлади ва турист ўз эҳтиёжлари қондирилишининг кутилган даражасини ололмайди.

Туризм индустрияси соҳасида меҳмондўстлик - бу касбий талаб, бу инсонларга уларни кутиб олаётганимиздан хурсандлигимизни кўрсата олиш санъатидир. Бироқ меҳмондўстликнинг ўзи кўпқиррали ва қуйидаги ташкил қилувчи омиллардан келиб чиқади:

- маҳаллий ва ҳудудий бозорларнинг дам олиш, кўнгил очиш ва билиш имкониятлари, туристларни кутишаётгани ва улар билан учрашувга тайёрланишаётгани ҳақида сифатли маълумот;

- яхши туристик жойлар, табдирлар, потенциал истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш мавжудлиги (реклама, паблисити, туризмда бағишланган телекўрсатувларда қатнашиш, хайрия фаолиятлари ва х. к.);
- туристларга хуш муомалада бўлиш ва хизмат кўрсатувчи персоналларнинг туристларга эътибор беришга интилишлари, яъни, «ҳаммаси миждоз учун» принципи бўйича хизмат кўрсатиш;
- миждоз истак ва илтимосларига боғлиқ хизматларни олишда барча ходимларни эҳтиёткор муносабатда бўлишлари (фирма ичидаги маълумотлар, ёки кўрсаткич ва буклетлардаги туристик объектлар ҳақида маълумот, шунингдек, туристга тушунарли тилда стенд орқали маълумот бериш);
- тил тўсиғини енгиллаштиришда туристларга ғамхўрлик қилиш. Белги ва пиктограммалар орқали маълумотлар тушунарлигини таъминлаш.

Бу омилларнинг барчаси хизмат кўрсатиш технологиясига табиий ҳолда кириши лозим. Турни ташкил қилишда нафақат турист ва хизмат кўрсатувчи персоналларнинг ўзаро фаолияти иқлимини, балки туристнинг хизматларлари ва хизмат кўрсатилиши технологиясини қабул қилиш психологик аспектларини ҳам ҳисобга олиш керак. Бу эса, биринчи навбатда, турист шахси, унинг қизиқишлари ва унга чин кўнгилдан муомала қилиш турини билдиради. Жиддий рақобат шароитида бугунги туризм бозорида бу жуда аҳамиятли омилдир.

Халқаро туризмда туристларга куйидаги эътибор белгиларини кўрсатиди амалга кирган:

- кутиб олиш сувенири - ҳар бир туристга. Турларда сувенирларнинг предметлилиги талаб этилади (тур типи ва саёҳат мақсадига боғлиқ равишда). Масалан, иш турларида иш проспеклари, қизиқтирадиган маҳсулотларнинг сувенир намуналари, махсус буюмлар; фолклор турлар учун - миллий характердаги майда сувенирлар;
- туристларга тур тугаганидан кейин ўтилган йўналиш ҳақида махсус тайёрланган дипломлар, ёрлиқлар, нишонлар бериш;
- дам олиш жойи тўғрисидаги реклама варақалари, буклетлар, ёки кўрсаткич ва справочникларни туристлар бепул олиш имконияти мавжуд бўлиши лозим;
- дам олишнинг (саёҳатнинг) биринчи кунларида туристлар режалаштирилган ва қўшимча хизматлар ҳақида маълумот олишлари учун гид билан учрашув ўтказиш лозим. Агар бу учрашувда видеомаълумот бўлса ва туристлар маҳаллий ичимликлар билан меҳмон қилинса яхши бўлади.

Буларнинг барини туристлар учун жуда ёқимли ва қизиқарли бўлиб кўринади. Юқорида айтиб ўтилганидек, туристларга хизмат кўрсатишнинг замонавий усуллари хизмат кўрсатиш тўғрисида энг яхши таассуротларни таъминлашга қодир озод қилиш принципи асосида ташкил этилади. Озод қилинган одам ўзини хотиржамроқ сезади ва унга туроператор ғамхўрлиги сезиларлироқ бўлади. Натижада, у дам олиш ёки саёҳатдан қониқади.

Ҳатто, йўналишли турлардек саёҳатларда ҳам туроператорлар юк ташувчилар, трансфермерлар, гидлар хизматларини киритиш билан озод қилиш

принсипига амал қилишга ҳаракат қиладилар. Ривожланган курортларда кўп компаниялар учун бу ўрнатилган ва амал қилинадиган хизмат меъёрлари ҳисобланади. Аксинча, бу принципни ҳисобга олмайдиган ва доимий мижоз учун рақобатни ютқазадиган туроператорлар уларнинг олдида ёмон кўринадилар.

Замонавий туризм фаолияти ўз технологияларида уч асосий кўрсатмани ҳисобга олиши лозим:

- туристларнинг фаол ва мазмунли фаолиятга йўналтирилганлиги;
- ҳар бир туристнинг индивидуал эҳтиёжларини ҳисобга олиш, чунки бу ерда «ўрта арифметик» истеъмолчининг тушунчасига амал қилиб бўлмайди;
- истеъмолчи ўз буюртмасини амалга ошира бошлаши ёки йўлланмани сотиб олиш босқичида маълумот бериладиган илмий асосланган меъёр ва стандартлар бўйича хизмат кўрсатиш.

Исталган турмахсулот ҳар қандай ҳолда ҳам бозорнинг ҳамма сегменти учун бир хил бўлмайдиган рекреацион хизмат кўрсатиш элементларини ўз ичига олиши керак. Шунинг учун туристик хизмат кўрсатишни ташкил этувчилар ўз мижозларини яхши билишлари зарур. Туристтик дам олиш дастурининг қуйидаги тахминий классификациясини таклиф қилиш мумкин:

А. Саёҳат қилиш мақсади бўйича:

- туристик-соғломлаштириш йўналишлари (фаол ҳаракат билан, чўмилиш, тоғ чанғиси);
- экскурсия-билиш;
- спорт (турли спорт турлари билан шуғулланиш);
- ўргатувчи (тилни, алоҳида спорт турларини, хунарларни ўрганиш);
- томоша-кўнгил очиш (театр, кино, карнавал, ярмаркалар, фестивалларга бориш);
- қизиқишлар бўйича турлар (ов, балиқ ови, мева ва кўзиқорин териш, бадий ва муסיқий ижод);
- этник ва маиший турлар, яъни, миллий маданият ва ноанъанавий турмуш тарзини ўрганиш;
- тўй саёҳатлари;
- иш ва конгресс турлар;
- ишлаб чиқариш ва таништириш дастурлари ва ҳ.к.

Б. Ҳаракатланиш усули бўйича:

- стационар турлар;
- йўналишли турлар;
- хич-хайкинг (автостоп билан саёҳат қилиш);
- велотурлар ва бошқалар.

В. Саёҳат қатнашчилари таркиби бўйича:

- гуруҳли турлар;
- индивидуал турлар;
- оилавий туризм: болалар ва ўсмирлар туризми, ёшлар туризми;
- "Учинчи", "тўртинчи" ёшдаги одамлар туризми;
- VIP-турлар ва бошқалар.

Қайд этиб ўтиш лозимки, дастурларнинг бу рўйхатини тугади деб ҳисоблаш керак эмас. Туризмнинг айнан дастурий йўналиши аҳамиятли даражада таркиби бўйича ўзгарувчан ва мода, қизиқишлар, эскириш ва қизиқишнинг йўқолиши каби олдиндан айтиб бўлмайдиган йўналишларга боғлиқ. Шунинг учун вақт ўтиши билан янги дастурлар турлари пайдо бўлади, аввалгилари эса йўқолади. Менежерлар вазифаси - талаб ва эҳтиёжларни кузатиб бориш ва бўлаётган ўзгаришларга ўз вақтида таъсир жавобини қайтаришдан иборат.

Дастурий хизмат кўрсатиш муаммолари, туризмда янги йўналиш ва турларнинг юзага келиши халқаро даражада муҳокама қилинади ва БТТ хизмат кўрсатиш шакллари ва дастурлари такомиллашиши муаммосини долзарб деб тан олади. 1998 йил Лиссабонда XXI аср туризмнинг асосий тенденциялари таҳлиliga бағишланган халқаро конференция ўтказилган. Конференцияда дунёнинг 80 мамлакати вакиллари, шу жумладан, 55 туризм вазирликлари қатнашдилар. Бу мазкур масалага бутун дунё туризм мутахассисларининг жиддий эътиборини билдиради.

Конференциянинг мақсадларидан бири туризм бозорининг яқин ўн йилликда тез суръатларда ривожланиши мумкин бўлган сегментларини аниқлашдан иборат эди. Шундай сегментларга экотуризм, круизлар, сувда актив дам олиш, кутбга яқин жойларга, чўлларга, тропик ўрмонларга саёҳат қилишни мисол қилиб келтирса бўлади. «Туризм - 2020 йилга назар» изланиши натижалари эълон қилинди, турмахсулот нисбатан тез суръатда ривожланадиган бозорнинг беш сегменти аниқланди: саргузашт, экологик, маданий туризм, круизлар ва тематик паркларга саёҳат қилиш.

5.3.Туризмда анимация.

Туристларга хизмат кўрсатиш менежментининг долзарб йўналишларидан бири анимация, яъни, хизмат кўрсатиш дастурлари, туристлар дам олиши ва ҳордиқ чиқаришини жонлантиришдир. Бу ҳодиса туризмда интерер ҳашаматлилиги ва сервиси бўйича тенг бўлган курортлар рақобати натижасида юзага келган. «Хизмат кўрсатишни анимациялаштириш» формуласи топилган.

Анимация - бу бўш вақтни ўтказишнинг махсус дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш бўйича фаолиятдир.

Бунга туристлар ва экскурсантларни «тирилган» тарихий персонажлар кутиб оладиган анимацион шоу-музейлар ёки кечаси меҳмонхонада туристлар иштирокида шоулар ташкил қилишлар киради.

Анимацион дастурлар спорт ўйинлари ва мусобақаларини, рақс кечаларини, карнавал, уйин, маънавий қизиқишлар соҳасига кирувчи машғулотларни ўз ичига олади.

Турли хил либосларга асосланган туристик маҳсулотлар - бу анимацион туризмнинг авангард йўналишларидан яна биттасидир. Бунга мисол - туристларнинг Америка ранчосида дам олиши билан бирга ташкил этилган тур бўлиб, унда туристларга кийим, ковбой нарсалари берилади, отда юриш ва ковбойлик маҳоратлари ўргатилади.

Венада туристлар бориши мумкин бўлган анъанавий профессионал баллар: Австрия куролли кучлари офицерлари бали, фармацевтлар, овчилар, қандолатчилар, кир ювувчилар баллари ўтказилади. Бу балларга борувчилар XIX асрга мослаб тикилган кийимларни ижарага олишлари мумкин. Бундай турлар туристларда катта қизиқиш уйғотади. Баллар исталган сарой ёки қалъаларда ташкил этилиши мумкин.

Спорт ёки этнофолклор, саргузашт ёки хобби турлар анимацияси сценарийси ва характерига кўра ўзига хос хусусиятларга эга. Бироқ бу ерда бевосита туристларни қатнаштириш асосида дастурни жонлантириш умумийдир.

Бошқа йўналиш - бу меҳмонхона ва дам олиш марказларида туристлар дам олишини бевосита анимациялаштириш.

Аниматорлар (кўп ҳолларда ёшлар) туристлар билан доимий равишда ишлашади. Уларнинг асосий вазифаси - мижозларни зериктириб қўймасликдир. Кўпинча, бундай ишчилар алл-инклюдиве типигаги клубларда учрайдилар. Туристлар кундузи уларни бутик растасида ёки кортда, спорт мусобақалари ёки балиқ овида кўришлари мумкин, кечаси эса айнан шу ходимлар туристлар қатнашиши кўзда тутилган қизиқарли шоу ташкил қиладилар. Аниматорлар, одатда, форма сифатида туристлар узокдан кўришлари ва таниб олишлари учун очик рангли футболкаларни танлашади. Футболкада унинг исми ва у биладиган тиллар давлатлари байроқлари бор карточка бўлади. Улар хушмуомала бўлишади ва туристлар билан эски танишлардек кўришадилар: "Қалай, кечаги экскурсия ёқдимиз? Келинг, биз билан волейбол ўйнайсиз". Мижозлар юзини эслаб қолиш - уларнинг профессионал мажбуриятидир.

Аниматорлар иши қизиқ ва қувноқ бўлиши билан бирга оғир ҳамдир. Эрталаб улар аэробик машғулотларини ўтказадилар, плажда туристларни кўнгил очишларини ташкил қиладилар. Кундузи туристлар билан экскурсияга ва дўконларга борадилар. Кечқурун шоу ва бардагилар зерикиб қолмаслигини ҳам таъминлашлари керак. Кимнидир рақсга таклиф қилиш, ким биландир шунчаки суҳбатлашиш лозим. Шунинг учун ҳам, одатда, ёшлар аниматор бўлиб ишга кирадилар.

Тил тўсиғи мавжудлиги бемалол суҳбатлашишга ёрдам бермайди ва аниматорларга қўйиладиган биринчи талаблардан бири камида икки хорижий тилни билишдир. Агар ундан кўп бўлса янаям яхши. Шунда аниматор турли давлатлардан келган туристлар билан ишлай олади ва жуда керакли мутахассисга айланади.

Аниматорлар ишининг яхши мисоли сифатида "Клуб Мед" курортлари тизими клубларини келтирса бўлади. "Клуб Мед"га аниматор бўлиб ишга кирган одамлар ҳақиқатда ҳам билими ва универсаллиги билан ажралиб туради. Улар нафақат ёш, чакқон бўлиши, балки камида иккита тилни билиши, ҳамма билан тил топишиб кета олиши лозим. Бу ерда алоҳида лавозим - ГО - француз тилидан олинган Гентилс Органисатеурс сўзининг қисқартмаси - "ёқимли ташкилотчилар" бўлиши мумкин. ГОнинг асосий вазифаси - "Клуб Мед"нинг барча шаҳарчалари ажралиб турадиган эркинлик ва табиийлик муҳитини яратишдан иборат. Агар барда бирор киши зерикаётган бўлса, албатта, ГОнинг ёнига ўтказишади ва суҳбатга тортишади. Улар доимо бирор ҳазил ёки

қизиқарии нарсани билишлари мумкин. Мижозларни ҳам бу ерда ҳурмат билан - ГМ - Гентилс Мемберс сўзининг қисқартмаси - "клубнинг ёқимли аъзолари" деб аташади. Аниматорлар сабабли "Клуб Мед"нинг исталган шаҳарчасида дам олиш ҳақиқий байрамга айланади.

Турларни анимациялаштириш ва ташкил этиш учун байрамлар нишонланадиган саналар календаридан фойдаланиш катта аҳамиятга эгадир. Туристнинг у ёки бу санага қизиқиши, бу қизиқишларнинг "жонлантирилган", туристнинг ўзи қатнашадиган кўринишда ташкил этилиши хизмат кўрсатиш дастурини янада жонлантиради. Ҳар сафар янги байрамларни ташкил қилиш қимматга тушиши боис, доимий ҳаракатдаги анимацион дастурларни сотиш мақсадга мувофиқдир.

Шундай қилиб, юқорида айтилганларни умумлаштириб, туризмда анимация формуласини қуйидаги комплекс кўринишида қабул қилиш мумкин: қизиқишлардан фойдаланиш, экспозицияларни жонлантириш, ҳаракатларга туристларни жалб қилиш, томошаларнинг турли-туманлиги.

Шундан келиб чиқиб, туризм анимацияси услубий асосларини қуйидагича шакллантириш мумкин:

- операторнинг ҳордиқ чиқариш ва томошалар марказлари, фестивал ва карнаваллар ташкилотчилари билан ўзаро яқин муносабатда бўлиш, шунингдек, хизмат кўрсатиш дастурига тадбирлар маълумотларини фаол қўшиб бориш;
- содир бўлаётган тадбирнинг психологик қабул қилиниши ва тематикасини ҳисобга оладиган дам олиш (тадбир) сценарийсини тузиш;
- йўналишда туристларнинг ҳар хил бўлиш эҳтимоли бор хизматлар боғлиқлигини кўзда тутган ҳолда ишлаб чиқилган сценарий асосида тўлиқ хизмат кўрсатиш комплексини амалга ошириш;
- об-ҳаво ва бошқа сабабларга кўра дастурга ўзгартириш киритилганда аниматорларнинг туристлар билан ишлаши. Умуман анимацион туризм фаолияти деганда ҳордиқ чиқариш-томоша ва сервис комплексларининг ҳар бир турист дам олишига ва хизмат кўрсатишга шахсий ёндашувнинг ўзаро яқин ҳамкорлигини тушунишимиз мумкин.

Асосий вазифа туристга қизиқарли бўлиши, ўзини дастур қатнашчиси сифатида ҳис қилиши, яхши дам олиш учун қулайлик мавжудлигидир.

5.4.Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

Замонавий туризм фаолиятини ташкил этувчиларидан бири туристик хизмат кўрсатиш сифатини тартибга солишдир.

Маҳсулот сифати - истеъмолчиларнинг маълум истакларини қондиришни таъминлайдиган хусусиятлар мажмуидир.

Хизматлар сифати - истеъмолчиларнинг тахмин этиладиган ёки белгиланган эҳтиёжларини қондириш қобилиятини аниқлайдиган хизматлар таснифларининг мажмуидир.

Туристтик хизмат кўрсатиш сифати - дам олиш ва саёхат қилиш чоғида туристларнинг истак ва эҳтиёжларини қондириш хусусиятига эга бўлган хизматлар ва тадбирлар мажмуидир.

Туристтик хизмат кўрсатишнинг комплекс характери туроператор ишининг ягона сифат кўрсаткичини ишлаб чиқишда қийинчилик туғдиради. Туристларга хизмат кўрсатиш сифатини тушунишда туроператор иши сифатини аниқлашнинг икки хил ёндашуви: агентлик ва истеъмолчи ёндашуви мавжуд.

Бу муаммони агентлик ёндашуви натижаси «Туризм: практика, проблеми, перспективи» (1998 г. №4) журналида чоп этилган, БАНКО ахборот хизмати томонидан ўтказилган тадқиқот мисолида кўриб чиқамиз.

Туроператор иши сифати кўрсаткичлари:

1. Турагентлар билан ишлашда тезкорлик ва аниқлик;
2. Ўзоқ муддат мобайнида фаолиятнинг барқарорлиги;
3. Туристтик хизматлар сифати ва нархларининг оптимал муносабати;
4. Персонал профессионализи, ҳамкорларга индивидуал ёндашув;
5. Фойдали нарх сиёсати (паст нархлар, юқори комиссиялар, бонуслар тизими, овозлар миқдори);
6. Таклиф этилаётган туристик хизматларнинг юқори сифати;
7. Ахборот очиклиги, реклама тадбирларининг ўйланганлиги, каталогларнинг юқори сифати;
8. Иш ва шахсий даражаларда хайрихоҳлик;
9. Таклифлар ва кўшимча туристик хизматларнинг кенг кўлами;
10. Хизматлар кўламини кенгайтириш бўйича доимий ишлаш;
11. Офиснинг қулай жойда жойлашганлиги ва шинамлиги;
12. Фирма раҳбарияти билан ишончли ва дўстона муносабат.

Сифатни аниқлашнинг истеъмолчи ёндашуви туристларга хизмат кўрсатиш сифати тушунчасини чуқурлаштиришга йўналтирилган.

Туристтик хизмат кўрсатиш нафақат комплекслиги, номоддийлиги, ҳис қилиб бўлмаслик, ташиш ва сақлашга ноқобиллиги, шунингдек, маълум ижрочига боғлиқлиги каби махсус омиллар билан ҳам характерланади.

Техник назорат мавжуд ва истеъмолга яроқсиз маҳсулотни аниқлаш ва қайта ишлашга юбориш мумкин бўлган саноатдан фарқли равишда туристик хизматлар қандай сифатда ишлаб чиқарилса, шундай қабул қилинади ва бу сифатга моддий база, ресурслар, технологиялар, инфраструктура ва бошқалар каби кўпгина бевосита ва билвосита омиллар таъсир кўрсатади. Турмаҳсулот сифатини истеъмолчи баҳолаганда ишончлилик, хавфсизлик, ахборот ишонарлиги, руҳий қулайлик каби хусусиятлар ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Туристтик хизмат кўрсатиш саёхатда, овқатлантиришда, спорт ва кўнгиш очиш тадбирларида турли эҳтиёжларнинг бутун комплексини қондириши лозим. Дастурий турлар давомида даволаниш, иш учрашувлари, сафарлар каби махсус эҳтиёжлар ҳам кўзда тутилади.

Хизмат кўрсатиш сифатига юқорида саналган омиллардан ташқари таклиф этиладиган хизматлар кўлами ҳам таъсир қилади. Ўз-ўзидан хизматлар кўлами сифатни таъминламайди. Бунда хизматлар ва маҳсулотлар комплекслиги, уларнинг маълум истеъмолчига йўналтирилганлиги,

шунингдек, хизмат кўрсатиш сифатига катта таъсир кўрсатувчи воситалар ўз вақтида етказилиши зарур.

Туризм ресурс сифатида табиий-иқлимий, маданий-тарихий ва қабул қилиниши жараёнида одамларга эстетик, ҳиссий, руҳий томондан таъсир қила билиши лозим.

Психологик омилларнинг таъсир қилиши сифатни баҳолашга субъектив ёндашув элементларини киритиши билан «хизмат кўрсатиш сифати» тушунчаси моҳиятини кенгайтиради ва қийинлаштиради.

Сифат критерийлари туристларга хизмат кўрсатиш бўйича турли фаолиятларни тасвирлайдиган кўрсаткичлар тизими орқали изоҳланади ва бу кўрсаткичлар ёрдамида туризм индустриясининг турли корхоналари фаолиятини солиштиришимиз мумкин.

Меҳмонхона учун бундай кўрсаткичлар - туристларни жойлаштириш тезлиги, номерларнинг хизмат кўрсатиш классига мос келиши, барча меҳмонхона хизматларининг аниқ ишлаши, жамоат жойлари ҳамда номерлар тозаллиги, қўшимча хизматлар энг асосийси, туристлар томонидан норозиликларнинг йўқлиги кабилар бўлиши мумкин.

Экскурсион хизмат кўрсатишда сифатнинг асосий кўрсаткичлари -билиш, маълумотларнинг тўлиқ ва ишончлилиги, эстетика, йўналиш оптималлиги, нутқ маданияти ва экскурсовод малакаси бўлиши мумкин.

Туризмда тур сифатини хизматлар таркиби, даражаси, дастури ва анимацион ёндашув, гид малакаси белгилайди.

Туроператор фаолиятининг аҳамиятли жиҳати шундаки, истеъмолчига тур сотилганидан кейин турист билан муносабат тугамайди. Йўналишда туристлар олдиндан пули тўланган хизматларни оладилар. Туроператорлар кўзланаётган хизмат кўрсатиш даражасига мос равишда тур нархини аниқлар эканлар, айнан ўша хизматлар (бошқаларини эмас) кўрсатилишини кафолатлаш шарт.

Халқаро туризм бозори аллақачон талабнинг даражаланганини тан олади. Бойлар учун қиммат хизматлар кўрсатадиган турлар; бой бўлмаганлар учун - иқтисодий турлар; бувилар, боболар ва уларнинг набиралари учун саёҳатлар; ўсмирлар учун автобус саёҳатлари; фақат аёллар учун яхта ва солларда саёҳатлар; чекмайдиганлар учун тоза ҳавога сафарлар; эркаклар учун ов, балиқ ови ва бошқалар. Махсуслаштирилган турларни ташкил этиш йўналиш ва хизматларининг тематик мослиги ва хизмат кўрсатиш дастурининг оптималлигини чуқур ишлаб чиқиши лозим

Туристларга хизмат кўрсатишда туристлар билан ишлайдиган гид малакаси катта аҳамиятга эга, чунки айнан шу одам ўзининг шахсий иштироки билан хизмат кўрсатиш сифатига жавоб беради. Гид юқори малакадан ташқари, хизмат кўрсатиш дастури ва у ёки бу хизматлар тури ўзгариши эҳтимоллари бўйича тўла маълумотларга эга бўлиши лозим.

Таянч сўз ва иборалар: Турни лойиҳалаш, менежмент, анимация, аниматор, маҳсулот сифати, хизматлар сифати, туроператор иши сифати.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туроператорлик фаолиятида хизмат кўрсатиш менежменти нимага йўналтирилган?
2. Хизмат кўрсатиш соҳасида тадбиркорликнинг уч асосий компонентини айтинг.
3. Хизмат кўрсатиш стратегияси деганда нимани тушунасиз?
4. Туризм анимацияси нима дегани?
5. Туризмдаги анимацион йўналишларнинг қайсилари сизга таниш?
6. Анимацион дастурларнинг ўзи, бошқа объектларсиз, туристларни жалб қила оладими?
7. Туристларга хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш деганда нимани тушунасиз?
8. Маҳсулот ва хизматлар сифати деганда нимани тушунасиз?
9. Туристик хизмат кўрсатиш сифати тушунчасини аниқланг.
10. Туроператор иши сифати кўрсаткичлари нималардан иборат?

VI. Мавзу. Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари

Режа:

- 6.1. Туристларни жойлаштириш воситалари.
- 6.2. Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари.
- 6.3. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

6.1. Туристларни жойлаштириш воситалари.

Жаҳон амалиётида "туристларни жойлаштириш воситалари"нинг умумий қабул қилинган таърифи мавжуд эмас, бироқ БТТ экспертлари «доимий (ёки баъзан) туристларни тунаб қолишлари учун жой берадиган исталган объект»ларни шундайлар деб ҳисобласа бўлишини таъкидлайди.

Шунингдек, жойлаштириш воситалари икки асосий гуруҳга бўлинади:

- *коллектив (КЖВ);*
- *индивидуал (ИЖВ).*

БТТ экспертлари фикрича, туристларни коллектив жойлаштириш воситалари «саёҳатчига хона ёки бошқа бинода кечаси тунаб қолишга жой бериши мумкин бўлган объект» сифатида таклиф бериш мумкин. Бироқ ундаги жойлар сони алоҳида оила бирлиги аъзолари сонидан кам бўлмаслиги, барча жойлар (ушбу бинодаги) тижорат типдаги ягона раҳбариятга бўйсунishi лозим.

КЖВ меҳмонхоналар ва аналогик биноларни, махсулаштирилган ва бошқа коллектив биноларни ўз ичига олади.

Жойлаштириш воситалари маъноси турли давлатларда турлича талқин қилиниши мумкин: бир мамлакатда мавжуд жойлаштириш воситаси, иккинчи бир давлатда умуман бўлмаслиги мумкин. Ўзбекистонда 2000 йил январдан бошлаб меҳмонхоналар юлдузли классификацияси қабул қилинган.

Туристларни жойлаштириш воситалари халқаро тавсияларга асосланиб тўртта гуруҳга ажратилади:

I. Меҳмонхоналар ва аналогик корхоналар:

- меҳмонхоналар;
- пансионатлар;
- пляж меҳмонхоналари;
- номерлари бор клублар;
- меҳмонлар учун уйлар;
- бошқалар.

II. Тижорат ва ижтимоий жойлаштириш воситалари:

- туристик базалар;
- арзон (бюджетли) меҳмонхоналар;
- туристик кемпинглар;
- туристик қишлоқ (уйлар гуруҳи);
- бунгало;
- ижтимоий туризм корхоналари;
- бошқа жойлаштириш воситалари.

III. Махсулаштирилган жойлаштириш воситалари:

- даволаш меҳмонхоналари;
- меҳнат ва дам олиш лагерлари;
- жойлаштиришнинг транспорт воситалари;
- меҳмонхона;
- бошпана, чайлалар;
- алпмеҳмонхона.

IV. Хусусий жойлаштириш воситалари:

- хусусий уйлар (меҳмонхона);
- хусусий агентлардан ижарага олинган жой;
- аҳоли орасидаги қариндошларникига жойлаштириш;
- бошқалар.

Келтирилган услубий жойлаштириш воситалари классификацияси БТТ томонидан тавсия этилган. Туристик меҳмонхона - бу меҳмонхоналарнинг алоҳида тури бўлиб, туристларга саёҳат билан боғлиқ хизматларни таклиф этади. Табиийки, турист оддий меҳмонхонадан фойдаланса бўлади, аммо унда туристик меҳмонхоналардаги каби шароитлар бўлмайди.

Барча туристик меҳмонхоналарда тўртта асосий хизматлар гуруҳи мавжуд:

1. Жойлаштириш;
2. Овқатлантириш;
3. Ҳордиқ чиқариш;
4. Маиший хизмат кўрсатиш.

Меҳмонхоналарда туристларга хизмат кўрсатишнинг технологик схемаси. Меҳмонхонада туристларга хизмат кўрсатишнинг ёпиқ технологик цикли қуйидаги асосий хизматларни ўз ичига олади:

1. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати;
2. Номер фондидан фойдаланиш хизмати;
3. Тижорат хизмати;
4. Техник муҳандислик хизмати;
5. Бошқарув хизмати.

Бу асосий хизматларни етказиб бериш учун зарур бўладиган таъминловчи хизматларнинг минимал тўпламидир.

1. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати: қабул қилиш, рўйхатга олиш, туристларни номерларга жойлаштириш, ҳисоб-китоблар, жойларни брон қилиш ва туристларни уйига ёки бошқа жойга жўнатишни таъминлайди. Қоида бўйича, хизматни жойлаштириш ишларини менежер бошқаради ва унга рўйхатга олиш бюроси, порте, администраторлар, хизмат кўрсатиш бюроси, швейсарлар, гардеробчилар, юк сақлаш камераси ходимлари, брон қилиш хизматлари бўйсундилар.

2. Номер фондидан фойдаланиш хизмати яшаш ва қўшимча бинолар таъмири ҳамда техник хизмат кўрсатилишини, одам жойлаштиришга тайёрлаш, тозалаш, косметик ёки режали таъмирлаш учун номерларни фойдаланишдан чиқаришни таъминлайди. Ушбу хизмат менежери номер фондига хизмат кўрсатиш ва таъминлаш гуруҳини, қават хизматчиларини, фаррошларни, конференция бошқаларни бошқаради.

Брон қилиш тизими дунёнинг турли шаҳарлари билан алоқада бўлган ва тармоққа бирлаштирган ЭХМ комплексини ўз ичига олади. Комплексининг асосий вазифаси қуйидагилар:

- шу меҳмонхона буюртмаси бўйича номерларни брон қилиш;
- бошқа меҳмонхоналар буюртмаси бўйича номерларни брон қилиш;
- турли транспорт турларига чипталарни брон қилиш;
- бошқа вазифалар.

Баъзи ҳолларда бундай тизим асосий меҳмонхонадаги маҳаллий (ички) масалаларни ҳам ечади:

- миқозлар билан автоматлаштирилган ҳисоб-китоблар;
- номер фондини режалаштириш;
- ходимлар иш ҳақини ҳисоблаш;
- моддий неъматларни ҳисоблаш, бухгалтерия ҳисоботи ва бошқалар.

Йирик меҳмонхона комплекслари ягона брон қилиш тизимларига уланадилар. Уларга Сабре, Галилео, Амадеус, Ворлдспан кабилар киради. Бу брон қилиш тизимлари икки асосий вазифани бажаради:

- меҳмонхоналарда номерларни банд қилиш;
- чипталарни поезд, теплоход ва бошқалар нархларида брон қилиш.

Қўшимча ва ёрдамчи хизматлар бўлими баъзи ҳолларда ўз экскурсион бюросига, ўз хўжалигига, иш, конгресс ва бизнес турларни таъминлаш бўйича махсус бюроларга, гид-таржимонлар, таъминланган конференс-зал, кабинет, оргтехника кабиларга эга бўлиши мумкин. Шунингдек бу хизмат таркибига қуйидагилар ҳам киради:

- сартарошхона ва косметик салонлар;
- кир ювиш хизмати;
- ателе, тикиш ва оёқ кийим устахонаси;
- маиший хизматлар устахоналари;
- болаларга қараш хизмати;
- тиббий хизматлар бўлими;
- кимёвий тозалаш;
- ижара хизмати;
- бошқа хизматлар.

6.2. Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари.

Меҳмонхоналар классификацияси - аниқ бир меҳмонхона ва номерларнинг хизмат кўрсатиш критерийлари ва стандартларига мос келишини аниқлашдир. Ҳар бир давлатда қабул қилинган классификация стандартларнинг сифат параметри ҳисобланади ва бу унинг нуфузига, шаклланишига, миқозларига, хизматлар нархига таъсир қилади.

Меҳмонхоналар классификацияси халқаро ва миллий даражаларда, шунингдек, меҳмонхоналар занжири, уюшмалари, иттифоқлари даражасида тартибга солиб турилади. Ҳозирда 30 дан ортиқ классификацияси мавжуд бўлиб, улардан нисбатан кенг тарқалганлари қуйидагилар:

- юлдузлар тизими (1дан 5гача);
- ҳарфлар тизими(А,В,С,Д);

- "тожлар" ёки калитлар тизими;
- балл тизими;
- разрядлар тизими ва бошқалар;

Дунёда ягона тизимнинг юзага келиши учун давлатларнинг миллий анъаналари, маданий-тарихий фарқлар, сифат критерийлари тўсиқ бўлади. Ҳозирда Ўзбекистонда меҳмонхоналар классификацияси тизими 1 дан 5 юлдузгача бўлган стандарт жорий қилинган.

Ҳар бир юлдуз категорияси қуйидагилар бўйича маълум стандартлар талабларига жавоб бериши лозим:

- бинолар, иншоотлар;
- меҳмонхона номерлари;
- ҳаёт хавфсизлигини таъминлаш тизими;
- қулайлик даражаси;
- асосий, қўшимча ва ёрдамчи хизматлар;
- персоналлар малакаси ва бошқалар.

Туристарни жойлаштиришда классик типдаги бош корхонадир. Унинг асосий белгиларидан бири номерлар мавжудлигидадир. Меҳмонхоналар барча зарурий хизматлар турларини тақдим этади. Ҳар куни тўшакни тартибга келтириш, хона (номер) ва санитария узелларини йиғиштириш, шунингдек, қўшимча ва йўл-йўлакай талаб қилинадиган хизматларни бажариш. Меҳмонхоналарнинг турли классификациялари мавжуд. Меҳмонхона хўжалиги назарияси ва амалиётида хизматлар турлари ва маиший қулайлигидан келиб чиқилиб отелларни гуруҳларга бўлиш кенг тарқалган. Бу классификация хизмат кўрсатиш стандартига қараб қабул қилинган отел каттегориясига мувофиқ белгиланади. Аттестация натижалари бўйича ҳар бир меҳмонхонага разряд берилди. Бу унинг биноси сифат ва сон хусусиятларига, номер фондига, инфраструктураси, турмуш таъминоти, шунингдек шинамлиқ даражаси, асосий ассортиментлари, қўшимча ва йўл-йўлакай хизматлари, ходимлар малакаси, сервис маданиятига боғлиқдир. Разрядга эга бўлиш отел нархномалари ва миқдорлар таркибининг нуфузида акс этади. У саёҳат қилувчи шахсга туристик бозор таклифларида эркин муносабатда бўлишга кўмаклашади. Меҳмонхонанинг сифати, хизмат кўрсатиш билан нархини тенглаштириб кўриш, тунаш учун қулай жой танлашга имкон беради. Бошқарув органлари отел классидан давлат инвестициялари ва солиқ миқдорининг тақсимланиш мезони сифатида фойдаланилади. Меҳмонхона бизнеси соҳасида нарх сиёсатини ишлаб чиқишда уни ҳисобга олади.

Хизматлар хили ва маиший қулайлик даражаси жиҳатидан отеллар классификацияси бутун жаҳон цивилизациясида қабул қилинган кўпчилик Европа мамлакатларида бундай турдаги классификациялар давлат таркиби (Францияда марказий, Испанияда маҳаллий) ишига киради ва махсус қонунчилик актларини кўриб чиқиш предмети бўлиб ҳисобланади. Бошқа мамлакатлар (жумладан Швейцария)да улар расмий характерга эга эмас, балки меҳмонхона бизнеси вакиллари ташаббуси билан келишиб олинади. Бундан ташқари кўпгина меҳмонхона занжирлари, ассоциациялар ва иттифоқлар ўз классификацияларига эга. Уларнинг умумий сони 30 дан кўп. Шу жумладан, юлдузлар тизими (бирдан бешгача), харфлар тизими (А-В-С-О), «тож» ёки

«калитлар», баллар ва бошқалар. Уларни фақат тоифа (категория)лари миқдори, рамзлари, балки хизмат кўрсатиш стандартлари билан ҳам фарқланади. Бу фарқлар давлатнинг тарихий маданий хусусиятларидан келиб чиқади ва миллий анъаналар, урф-одатлар билан узвий боғлиқдир.

Отелларнинг асосий мижозлари ички туристлар ҳисобланади. Улар йил давомида 70-90 % юкланишни таъминлайди. Амалда ана шулар меҳмонхона базасига талаб ва сервис даражасини белгилайдилар.

БТТнинг номерлар ҳажми, уларни жойлашгани, қулайлиги ва жиҳозланиши, бошқа бинолари мавжудлиги, меҳмонлар дам олиши ва ишбилармонлар ишлаши учун жиҳозланган бинолар борлиги, уларга хизмат кўрсатиш қандай йўлга қўйилганига қараб отеллар юлдузли классификациясидан фойдаланишни тавсия қилди. Меҳмонхона корхоналарини юлдуз билан ажратиш энг кўп тарқалган лекин у ҳам универсал эмас. Мисол учун, Испанияда бирдан беш юлдузгача меҳмонхона категориялари белгиланган бўлиб, унда хизмат кўрсатишнинг юқори сифатлиси алоҳида ажратилган. Худди шунча категория Францияда ҳам амал қилинади: юлдузсиз, бирдан тўрт юлдузгача ва тўрт юлдуз «люкс». Венгрияда отеллар эса беш разрядга эга бўлиб у бирдан беш юлдузгачадир.

Корхона моддий базаси хилма-хил талабларига асосланган ва унинг эксплуатация ҳолати, сервис маданияти ва сифати ҳисобга олинган меҳмонхоналар классификацияси характерлидир. Ташриф буюрувчиларни қабул қилиш қанчалик яхши ташкил этилса, жойлашиш воситасининг категорияси шунча юқори бўлади.

Меҳмонхоналар ўртасида жиҳозланиши ва кўрсатаётган хизматлари хусусиятларига қараб, кенг профилдаги меҳмонхоналар ажралиб туради. Яъни улар апартамент-отел (квартира типиди), мотеллар, курорт меҳмонхоналари, клублар яшаш билан бирга ва бошқалар.

Туристлик бизнесда кейинги йилларда «Resorte» (инглизчадан resort - курорт) класс отеллар тармоғи тез ривожлана бошлади. Одатда улар манзарали қирғоқ бўйларида жойлашган. Тропик боғлар ва парклар кўринишидаги ям-яшил дарахтларга бурканган «рисортс» лар жаннати дам олиш жойларидир. Бу категориядаги отелларга тижорат хизмат «ҳаммаси бор» тизими муваффақиятни келтиради.

Улар томонидан амалга оширилаётган хизматларга жойлашиш, овқатланиш («швед дастурхони»), кўнгил очиш барлардан тез-тез бепул фойдаланиш, шунингдек самолётга имтиёзли билетлар, трансфер, экскурсиялар киради. Шинам ва унча қиммат бўлмаган дам олиш аъло даражада транспорт хизмати кўрсатиш билан уйғунлашиб кетган. Болалар ва уй ҳайвонларини назорат бетида қолдириш мумкин. Шунингдек бошқа қулайликлар «Рисорте»ни туристлар учун айниқса ўрта хол сайёҳлар учун янада жозибадор қилади.

Мулкчиликка муносабат ўзгариши кондоминиум тизимида ўз аксини топган. Яъни бир неча шахс биргаликда битта мулкни эгаллайди. Бу ғарбда кенг тарқалган ва мамлакат туристик бозорига таймшер кўринишида кириб келган.

Таймшер. (Timshare, инглизчадан таржима қилинса «Вақт қисми» деган маънони беради) - бу биргаликдаги эгалик, аниқроғи клубли жойлаштириш

воситаларини улардан маълум вақт ичида фойдаланиш ҳуқуқи билан узоқ муддатга ижарага олиш (мисол учун, 30-50 ва кўпроқ йил давомида ҳар йили бир ҳафтага) дир. Классик таймшер хусусиятлари шундан иборатки, дам олишнинг маълум даврига мулк эгаси эканлиги ҳақида сертификат мавжуд бўлади. Бир қатор мамлакатларда таймшер мерос қилиб берилиши, гаров воситаси, кредитни таъминлаш ва бошқа воситалар сифатида фойдаланиши мумкин.

Ихтисослашган муассасалар ҳам туристларга хизмат кўрсатиш учун мўлжалланган. Улар номерларга эга эмас. Бу ерда бошпана бўлиб бинолар, коллектив ухлашхоналари ёки майдонлар хизмат қилади. Ихтисослаштирилган муассасалар тунаш учун жой беради. Аммо туристларни жойлаштириш улар учун бош вазифа эмас. Бу гуруҳга соғломлаштириш муассасалари (санаториялар, реабилитация марказлари, «Соғломлаштириш фирмалари» ва бошқа.), дам олиш ва меҳнат қилиш, жамоат транспорти воситалари, ухлаш хоналари билан жиҳозланган (поезд, кема) воситалар, шунингдек конгресс-марказлар типигаги бинолар киради. Қайсики улар базасида симпозиумлар, конференциялар ва бошқа ихтисослашган тадбирлар ўтказилади ва уларнинг иштирокчиларини жойлаштириш амалга оширилади.

Бошқа коллектив жойлаштириш воситалари. Ўзларига энг аввало дам олиш учун мўлжалланган турар жойлар мажмуаси (бунгало) уйлар ва бошқаларни қамраб олади. Улар ягона бошқарувда бўлиб, чекланган меҳмонхона хизматларини кўрсатади.

Мисол учун, туризм бўйича Ирландия Кенгаши дам олиш учун комплекс уйларига қуйидаги талабларни қўяди:

Комплекс камида тўққизта бинодан иборат бўлиши ва улардан бирида идорада ифода жойлашиши керак. Бино ўзида алоҳида кириш жойлари бўлган капитал қурилишни мужассам этган, яхши эксплуатацион ҳолатда бўлиши лозим. Ҳар бир бинода мебелли уй, овқатланиш, дам олиш хоналари, шунингдек омборхона, чўмилиш (ванна) хонаси ва ҳожатхоналар бўлади. Уйдан ташқарида эса фойдаланиладиган кенг-мўл жойлар кўзда тутилади. Жойлаштириш воситаси ҳар бир янги яшовчи учун йиғиштирилиб, тайёрланади. Унда кўрпа-тушакларни йиғиштириш ва бинони супириш – сидиришда мижозга хизмат кўрсатилмайди.

Коллектив жойлаштиришнинг бошқа воситалари таркибига кемпинглар учун майдонлардаги объектлар кичик кемалар учун бухталар киради.

Кемпинглар – автотуристлар учун кўриқланадиган ва яхши жиҳозланган майдонлари бор лагерлардир. Улар энергия таъминоти, канализация тизими билан жиҳозланган мажмуасидир. Кемпингда автомобиллар турадиган алоҳида махсус жойлар ажратилган бўлиб, шунингдек автомобилларни профилактик кўриқдан ўтказадиган, ювиш ва таъмирлаш устахонасига эга бўлади. Бундан ташқари кемпингда автотуристларга бир қатор ахборот, савдо, вақтни мазмунли ўтказиш хизматлари тақдим этилади. Уларнинг сифати ва ассортиментига қараб кемпингларга маълум категория – бирдан тўртгача юлдуз берилади. Юқори категорияли лагерлар автотуристлар учун теннис кортлари, бассейнлар, сауналар, сув аттракционларига эга бўладилар. Вақтни мазмунли ўтказиш марказлари ташкил қилдилар. Спорт ва кўнгиш очиш объектларидан ташқари,

уларда савдо ва овқатланиш корхоналари, кир ювиш, алоқа бўлимлари, прокат пунктлари бўлади. Булар кўпинча кўп профили кечаю-кундуз ишловчи меҳмонхоналар, турбазалар ва мотеллар таркибига киради.

Туристтик автофургонлар узунлиги одатда 6 метр, эни эса 2,20 метрдан ошмайди. Унинг оғирлиги 500 дан 1000 кг. гача келади. Тўғри, жуда катта ва оғирликка эга бўлган бошқа намуналари ҳам мавжуд. Шинамлиги жиҳатидан бу турар жойлар замонавий дала ҳовли-дачаларидан қолишмайди. Уларда ухлаш хонаси, ошхона, газ плитаси, совутгич ҳожатхона ва душ бор. Жойлаштириш воситаларининг дачалардан афзаллиги шундаки, уларда саёхат қилиш мумкин. Улар эркин ҳаракатланишга имкон беради. Туристларни жадвалга қараб жамоат транспорти келишини кутишларига ҳожат қолдирмайди. Инфраструктура яхши ривожланган мамлакатларга ҳам бемалол боради. Туристлар лик тўла ва қиммат отеллардан жой қидирмайди, шунингдек йирик халқаро тадбирлар ўтказилаётганда (бутун жаҳон кўрғазмаси, Олимпия уйинлари кабиларда) тураржой муаммосини ҳал этади.

Жойлашиш воситаларининг кейинги бошқа коллектив гуруҳларини туристик ётоқхоналар, ёшлар меҳмонхоналари, мактаб ва талабалар ётоқхоналари, қариялар дам олиш уйлари ва шуларга ўхшаш ижтимоий аҳамиятга эга бинолар ташкил қилади.

Туристларни жойлаштиришнинг индивидуал воситалари. Индивидуал жойлашиш учун имкониятлар жуда кенг. Сайёҳ ўзининг шаҳардан ташқаридаги шахсий уйида тухташи мумкин. Агентлик ёки хусусий шахсдан ижарага тўлиқ жиҳозланган (уй, хона, коттеж) тураржой олиши ёки таниш билиш ва қариндошларникига бепул жойлашиши мумкин.

Ижарага бериладиган хона ва бинолар бошқа меҳмонхонавозлик объектларига ўхшашлик классификациясига киради. Францияда мебелли квартираларга қўйиладиган талаблар тўлиқ руйхати ишлаб чиқилган ва тасдиқланган. Уларнинг майдони ҳажми, шифти баландлиги, кроватлар энлиги (беш юлдузли категория)га қараб бир юлдуздан беш юлдузгача маълум категория берилади. Бунда шунингдек газ плитада конфоркалар сони, музлатгич (холодильник) сифими, ҳисоб тизими, телефон борлиги, балкон ҳажми, лифт хизмати, автомобилни сақлаш майдончаси мавжудлиги ҳам ҳисобга олинади. Ҳордиқ олишдан ташқари мижоз хоҳишига қараб, айрим кўшимча хизматлар – хонани йиғиштириш чойшаб алмаштириш, овқатлантириш хизматлари кўрсатилади.

6.3. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

Туристнинг овқатга бўлган эҳтиёжини умумий овқатланиш корхоналари қондиради. Улар хилма-хил шакллари билан фарқ қилади. Туристтик овқатланиш индустриясига ресторанлар, кафелар, барлар, ошхоналар, тамаддихоналар ва бошқалар киради. Туристларнинг булар сингари жойлаштириш воситалари билан биргаликдаги овқатланиш корхоналари хизмат сифати ва маданияти, ошхонаси ва таклиф этадиган таомлари, ўринлар сони, иш режими, мижозларга хизмат кўрсатиш шакллари билан классификацияланади.

Туризмда овқатлантириш корхоналар классификацияси ва уларга қўйиладиган талаблар. Туристтик хизмат кўрсатиш технологиясида асосий хизматлардан бири бу овқатлантириш ҳисобланади. Овқатлантириш туризм индустрияси ўз ичига қуйидаги овқатлантириш корхоналари турларини олади:

1. Ресторанлар.
2. Кафе.
3. Барлар (грил барлари, пиво барлари, фото барлари, коктейл барлари ва бошқалар).
4. Ошхоналар.
5. Ошхона – фабрикалар.
6. Тайёрлов фабрикалари.
7. Буфетлар.
8. Озиқ-овқат ва қандолат магазинлари.

Бундай корхоналар туристик фирмаларнинг ўзида бўлиши ёки ижарага олиниши мумкин. Уларнинг кўпчилиги меҳмонхоналар таркибига кирган бўлади, камдан кам ҳолларда мустақил фаолият юритадилар.

- Корхоналар хизмат кўрсатиш шаклига кўра официантлар хизмат кўрсатадиган ва ўз-ўзига хизмат кўрсатадиган кўринишга эга бўлади.
- Туристлар овқатланиши режими бўйича тўлиқ пансион ва ярим пансионга;
- махсус овқатлантиришга;
- болаларни овқатлантириш ва бошқаларга бўлинади.

Қатор меҳмонхоналар номерларида ошхоналар, мини барлар мавжуд. Овқатлантириш хизмати ҳам номерда, ҳам овқатлантириш корхоналарида кўрсатилиши мумкин. Туристларни овқатлантириш турлари бўйича бу хизмат:

- комплекс овқатлантиришга;
- танлаш асосида овқатлантиришга, аввалдан буюртма орқали овқатлантириш, шу жумладан, байрамлар, қабуллар, юбилейлар, банкетларга хизмат кўрсатиш кабиларга бўлинади.

Бундан ташқари, овқатлантириш корхоналари миллий, европа, корейс, хитой, грузин ва бошқа ошхоналарга бўлиниши мумкин. Корхоналар яна жойлар сони, иш тартибига қараб ҳам ажратилади.

Техник жиҳозланиши, кўрсатиладиган хизматлар сифати ва ҳажми, жойнинг архитектура-бадий жиҳатдан безатилиши, нархлар, жойлашган жойи, автоматлаштирилганлик даражаси ва корхонанинг бошқа кўрсаткичларига кўра овқатлантириш туризми индустрияси корхоналари категорияларига ажратилади. Категория - овқатлантириш корхонасининг хизмат кўрсатиш даражасини белгиловчи фарқли белги ҳисобланади. Категория * (юлдуз) белгиси билан белгиланади. Юқори категория - 5 юлдузли паст категориялиги эса бир юлдузли ҳисобланади.

Ўрнатилган талаблар жавоб бермаган сертификациядан ўтмаган корхоналар эски категорияда қоладилар. Категория бериш Ўзбекистон Республикасининг сертификациялаш органлари томонидан амалга оширилади.

Агар биз овқатланиш секторида унинг иши туристик маданий хордиқ олишни ташкил этилишига қаратилганини эътибордан қочирсак, тасаввуримиз унча тўлиқ бўлмайди. Овқатланиш корхонаси мижозларни нормал ҳаёти учун

нафақат зарур калорияли таомлар билан таъминлайди, балки кўнгил очиш ва ёрқин унитилмас таассуротлар олиш имконини ҳам беради.

Кўпчилик сайёҳатчилар турли мамлакатлар миллий таомлари билан танишиш мақсадида махсус гострономик ва ичимлик сафарларига отланадилар. Бундай сафарлар чоғида улар маҳаллий урф-одатлар билан танишишади. Кўп ҳолларда фольклор байрамлари иштирокчисига айланадилар. Германия ва Чехияда бўлганда, масалан, пиво муассасаларига кирилмасдан қолмайди. Испанияда бўлишни эса «пассов а тапео» сиз, яъни барлар бўйлаб сайр вино ва пивога қўшиб бериладиган газакларни татиб кўришни тасаввур қилиб бўлмайди. Туристларда этнографик ресторанлар ва кафелар катта қизиқиш уйғотади. Улардаги миллий ички жозиба, орасталик, официантлар кийими, оркестр репертуари, таклиф қилинадиган таомлар ва ичимликлар ҳеч кимни корхоналари бефарқ қолдирмайди. Миллийликдан ташқари, овқатланиш корхоналари бошқа ҳар хил кўринишда бўлиши ҳам мумкин: банк ўзига хос хизматларидан тортиб, шамол тегирмонларигача. Танлаш марказий мавзуси залларни жиҳозланиши, мижозларга хизмат кўрсатиш маркетинг тадқиқотлари ва санъат уйғунлигини қамраб олади. Бозор вазиятини билиш ва рақобат шароити мавзу истиқболларини бегилаш имконини беради. Бунда ресторанларнинг тажрибали менежерлари кўпинча ўз функцияларига таянадилар.

Мавзулар танлаш ҳамisha маълум қалтисликлар билан кечади. Муваффақиятсизликка учралганда уни алмаштиришга тўғри келади. Бундай вазиятларда одатда ресторанлар лавҳасини ёки таомномасинигина янгилаш билан чекланишмайди. Улар бинони тўлиқ реконструкция қиладилар. Янги ходимлар ёллайдилар, таомнома тузадилар ва ошхона жиҳозлари буюрадилар. Танланган мавзуга доир тегишли кўнгил очар дастурлар ўйлаб топадилар. Одатда бундай қайта қуриш ишлари қимматга тушади. Шунинг учун унганча молиявий режа ишлаб чиқилади ва қарорлар қабул қилинади.

Таянч сўз ва иборалар: жойлаштириш воситалари, коллектив жойлаштириш воситалари, индивидуал жойлаштириш воситалари, меҳмонхона турлари, кепинг, туристик автофургон, ресторан, кафе.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристларни жойлаштириш воситалари неча гуруҳга бўлинади?
2. Меҳмонхоналар ва анологик корхоналарга нималар киради?
3. Тижорат ва ижтимоий жойлаштириш воситаларига нималар киради?
4. Махсуслаштирилган жойлаштириш воситалари нималарга асосланиб аниқланади?
5. Хусусий жойлаштириш воситаларининг аҳамияти нималардан иборат?
6. Туристтик меҳмонхоналарда қандай хизматлар кўрсатилади?
7. Меҳмонхоналар классификацияси нималарга асосланади?
8. Туристларга хизмат кўрсатадиган қандай овқатлантириш корхоналарини биласиз?
9. Туристларни овқатлантириш турлари бўйича қандай хизматларга бўлинади?

VII. Мавзу: Транспорт хизматини ташкил этиш

Режа:

- 7.1. Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни.
- 7.2. Туристлик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши.
- 7.3. Автобусларда туристларни ташиш.
- 7.4. Денгиз транспортида туристларни ташиш.
- 7.5. Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.

7.1. Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни.

Транспорт тизимларининг барча турлари ягона мақсадни — ташиш хизматларини кўрсатишда саёҳатчиларнинг эҳтиёжларини тўлақонли қондиришни кўзлайди.

Туристларга транспорт хизматларини кўрсатиш туристларни ва уларнинг юklarини бир жойдан иккинчи жойга мумкин қадар тез ва қулай шароитларда ташиш учун мўлжалланган хизматлар мажмуи деб таърифланади.

Транспорт хизматлари кўрсатиш қонун ҳужжатлари билан мустақамланган ҳуқуқий базага асосланади. Ушбу ҳужжатлар: 1) турли халқаро транспорт ташкилотлари томонидан; 2) мамлакатларнинг миллий қонунчилиги доирасида; 3) юк ва йўловчи ташувчиларнинг ички қоидалари тарзида ишлаб чиқилган. Халқаро туризмни амалга оширишда транспорт хизматлари кўрсатишнинг турли жиҳатларига алоҳида диққат-эътибор бериш лозим. Саёҳатлар соҳасида халқаро ҳамкорлик чегараларининг кенгайиши божхона, чегара ва санитария назоратини амалга ошириш нормалари ва қоидаларини муттасил такомиллаштириб боришни тақозо этади.

Фан ва техника тараққиётининг одамларни ер юзининг исталган нуқтасига тез элтиб қўйишга қодир транспорт воситалари (овоздан тез учар самолётлар, тезюрар поездлар, автомобиллар, музёрар ва сувости транспорт и ва б.) пайдо бўлишига, шунингдек транспорт хизматлари кўрсатиш соҳасига янги технологиялар жорий этилишига олиб келди. Бу чипталарни бронлашнинг глобал тизимларида ва чипталар сотишнинг ноанъанавий усулларида, юк ва йўловчи ташувчиларнинг чартер дастурлари вужудга келиши ва ривожланишида, турли ахборот тизилари ишлаб чиқилишида, йўловчи ташишнинг техник ва технологик режимларини назорат қилиш электрон қурилмаларидан фойдаланилишида, уларнинг хавфсизлиги оширилишида ўз ифодасини топмоқда.

Муайян транспорт тузилмалари ўртасида ҳамда ҳар бир транспорт тури доирасида йўловчи ташувчилар ўртасидаги рақобат кураши йўловчиларга хизмат кўрсатишнинг такомиллашуви жараёнига кучли туртки берди. Сервис сифати ва даражасининг ошиши ҳаракатланадиган таркибнинг ҳозирги техник жиҳозланишида, йўловчиларга қулай ва шинам шарт-шароитлар яратилишида, транспорт воситалари бортида йўловчиларнинг дам олиши ташкил этилишида, йўловчиларни овқатлантириш сифатининг ошишида, транспорт компанияларининг доимий мижозлари учун рағбатлантириш дастурлари

ишлаб чиқилишида намоён бўлмоқда. Йўловчи ташувчилар транспортда болалар ва ногиронларга, шунингдек бошқа тоифа йўловчиларга хизмат кўрсатиш бўйича махсус тадбирларни амалга оширмоқдаларки, бу йўловчиларнинг эҳтиёжларини тўлақонли қондириш учун имконият яратмоқда.

Турли транспорт тизимлари ўртасида яқин ҳамкорлик транспорт хизматлари кўрсатиш соҳасидаги муҳим йўналишлардан биридир. Бу мультимодал вокзаллар ташкил этиш, қатнов жадвалларини мувофиқлаштириш, транспорт хизматларини уйғунлаштириш ва йўловчиларга комплекс хизматлар кўрсатиш имконини беради.

Йўловчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш транспорт хизматлари кўрсатишининг энг муҳим масаласи бўлиб, у ҳаракатланадиган таркибдан фойдаланиш қоидаларига риоя қилишни, транспорт воситаларининг ҳаракатини таъминловчи турли хизматлар профессионал тарзда ва уюшқоқлик билан ишлашини, йўловчилар ҳам хулқ-атвор қоидаларига риоя қилишини, экологик тоза транспорт турларидан фойдаланишни назарда тутати.

Туристларнинг уюшган гуруҳларини ташиш маршрутлар ишлаб чиқиш, чипталарни буюртма қилиш, транспортда жойлаштириш, тур дастурларини амалга ошириш билан боғлиқ айрим ўзига хос хусусиятларга эга бўлганлиги учун туристик фирмалар транспорт компаниялари билан яқин алоқалар ўрнатишига тўғри келади.

7.2.Туристлик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши.

Туристлик маҳсулотлар таркибида туристларни ташиш хизмати етакчи ўринлардан бирини эгаллайди. Бу шу билан ифодаланадики, барча туристик йўналишларда (пиедалардан ташқари) саёҳатчиларни дам олиш ёки экскурсияга элтиш ва уйга қайтиши учун транспорт бўлиши таббий хол бўлиб қолмоқда.

Туризм фаолият тури сифатида туристларни доимий яшаш жойидан ташқарига чиқиши билан узвий боғланган ва уни транспорт таъминотисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Транспорт таъминоти туристик инфраструктуранинг муҳим элементи ҳисобланади ва туристик маҳсулотлар таркибига киритилган асосий комплекс хизматларни ташкил қилади. Транспорт корхоналари туризм тизимини шакллантирувчи туристик корхоналарнинг алоҳида кўринишлари сифатида қараб чиқилади.

Туризм соҳасида транспорт таъминоти тизими кўйидагича фарқланади:

- турга кўшилган ва асосий туристик хизматларга кирувчи туристик ташиш воситаси сифатида, туристларни доимий яшаш жойидан белгиланган манзилга элтиб кўйиш (ёки йўналиш бошланадиган жойга) ва қайта олиб келиш;
- трансфер – туристларни кутиб олиш ва кузатиб кўйиш учун транспорт воситаси тақдим этиш;
- тур-сафар бўйича дастурлаштирилган тадбирларга хизмат кўрсатиш: экскурсион хизмат, дастурдаги тадбирларга бориш, атрофга ташриф бюриш, йўналиш бўйича кўчиш;

- турга киритилган саёхат давомида ижарага бериладиган енгил автомашина.

Транспортда ташиш хизматларининг хили ва тури бўйича қуйидагича таснифланади:

Ташишнинг ер устида олиб юриш турлари бўйича :

- инсонинг жисмоний кучи билан амалга ошириладиган ташишлар ва ҳаракатланишлар (пиеда, чангида, велосипеда, рикшалар);
- хайвонлар ёрдамида (уловли, туяда, отда, итларда)
- механик воситалар билан;
- автомобил транспортида (ғилдиракли, занжирли,);
- релсли транспорт-темир йуллар, метро, трамвай, канатли йўллар;
- ҳаво болишли транспорт воситаларли.

Ҳаво орқали ташиш турлари:

- ҳаво шарлари ва дирижабллар, делтапланлар, парашютлар;
- верталётлар;
- кичик авиация самолётлари, гидросамалетлар, кенгфюзеляжли самолётлар, товушдан тез учар лайнерлар;
- космик аппаратлар.

Денгиз ва дарё сувлари орқали ташиш транспортлари:

- Сол ва қайиқлар
- Елканли кемалар
- Кичик механик кучга эга флот қайиқлари
- Денгиз ва дарё кемалари
- Ҳаво болишли кемалар
- Сув ости кемалар

Ташишнинг барча хиллари ва турлари ишлатилиши ва техник воситаларининг фойдаланишига қараб кўплаб қуринишларга эга бўлади.

Ҳаво транспортида сайёҳларни ташиш. Авиаташувлар бошқа транспорт воситалари билан хизмат кўрсатишга нисбатан бир қанча ўзига хос хусусиятларга эга. Бу, энг аввало, об-ҳаво шароитига боғлиқлиги ҳамда самолётларнинг учиш ва қўниш жойларидаги ландшафт билан боғлиқ. Бундан ташқари, ҳаракатланадиган таркибдан фойдаланиш шарт-шароитлари аэропортларни аҳоли яшайдиган жойлардан ташқарига чиқаришга мажбур қилади ва йўловчилар бевосита учишга тайёргарлик кўриши учун анча кўп вақтни тақозо этади. Шунга қарамай, авиаташувлар ўзининг асосий устунлиги — манзилга жуда тез элтиб қўйиши билан ер усти ва сув транспорти билан жиддий рақобатлашади.

1- жадвал

Ташкиллаштирилаётган турларда транспорт воситаларининг солиштирма тавсифи

	Қулайликлари	Ноқулайликлари
Авто-турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Юқори ҳаракатчанлиги; • Имконият, йўллардаги бекатлар; • Юқори даражадаги 	<ul style="list-style-type: none"> • Қўлайлик даражасининг пастлиги; • Атроф-муҳитнинг ифлосланиши;

	ахборотлиги.	<ul style="list-style-type: none"> • Керакли транспорт визаларини олишнинг шартлиги; • Катта бўлмаган ҳаракат тезлиги; • Хавфлилик даражасининг юқорилиги.
Темир йўл турлари	<ul style="list-style-type: none"> • Йўлдаги юқори қўлайлик; • Юқори даражадаги ахборотлиги; • Ўртача ҳаракатчанлик. 	<ul style="list-style-type: none"> • Транспорт визаларини олиш; • Юқори бўлмаган тезликда ҳаракатланиш; • Охирги манзилгача етиб бормаслик.
Авиа турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Юқори тезликдаги ҳаракатлар; • Йўлда ўрта ёки юқори даражадаги қўлайлик; • Катта ҳудудда ҳаракатланиш имконияти; • Транзит визаларига заруратнинг йўқлиги. 	<ul style="list-style-type: none"> • Турларда ахборотланганлик даражасининг пастлиги; • Хавфлилик даражаси.
Денгиз саёҳати	<ul style="list-style-type: none"> • Туристларга юқори даражадаги қўлайлик; • Овқатлантириш, бўш вақт, жойлаштириш имкониятларининг кенглиги; • Денгиз соҳилига бориш мумкинлиги (умуман визасиз). 	<ul style="list-style-type: none"> • Атроф-муҳит билан алоқанинг камлиги; • Тезликнинг пастлиги; • Йўл визаси.

Авиаташувлар йўловчилар ва багажни ташишнинг ўзига хос тури бўлиб, авиация корхоналари томонидан ҳаво кемаларида белгиланган ҳақ эвазига, шунингдек ташувчининг ер усти транспортларида амалга оширилади.

Ички авиаташув — жўнаш жойи, бориш манзили ҳамда барча қўниш жойлари бир давлат ҳудудида жойлашган бўлиб, ҳавода йўловчи ва юк ташиш.

Халқаро авиаташув — жўнаш жойи ва бориш манзили икки давлат ҳудудида; агар бошқа давлат ҳудудида қўниш назарда тутилган бўлмаса, бир неча давлат ҳудудида жойлашган ҳавода йўловчи ва юк ташишдан иборат.

Ташиш даври қуйидагиларни ўз ичига олади: йўловчи ташишда – йўловчи аэропорт перронига ҳаво кемасига чиқиш учун кирган пайтдан бошлаб у перронни ташувчининг ваколатли шахслари кузатувида тарк этгунга қадар даври, ҳамда ҳавода йўловчи ёки юк ташиш ташувчи билан тузилган шартномаси асосида амалга оширилади.

Ташувчи — ҳавода йўловчи, юк ёки почта ташиш ҳуқуқина берувчи лицензияга эга бўлган хизматчи ҳисобланади.

Ҳавода йўловчи ташиш шартномасига асосан ташувчи ҳаво кемаси йўловчисини белгиланган манзилга чиптада кўрсатилган рейс бўйича учаётган ҳаво кемасида жой бериш йўли билан элтиб қўйиш, йўловчининг ёнида багаж бўлган тақдирда, шу багажни ҳам манзилга етказиш ва йўловчига ёки унинг вакилига топшириш мажбуриятини олади.

Йўловчи ва багажни манзилга етказиш муддати ташувчилар томонидан ўрнатилган авиаташувлар қоидалари билан белгиланади.

Ҳаво кемасининг йўловчиси авиаташув учун ҳақ тўлаши, ёнида ташувчи белгилаган багажни бепул ташиш меъёридан ортиқ багаж бўлган тақдирда эса шу багаж учун ҳам ҳақ тўлаши шарт.

Ҳавода йўловчи ёки юк ташиш тўғрисидаги ҳар бир шартнома ва унинг шартлари ташувчи ёки унинг агентлари томонидан бериладиган ташиш ҳужжатлари билан тасдиқланади.

Ташиш ҳужжатларига қуйидагилар киради:

- *йўловчи чиптаси* (Passenger Ticket) — йўловчи ташишда берилади. У йўловчи ва багажни ҳавода ташиш тўғрисида шартнома тузилганлигини тасдиқловчи, багаж квитанцияси илова қилинган ҳужжат ҳисобланади;
- *багаж квитанцияси* (Baggage Check) — чиптанинг ўринлар сони ва топширилган багаж оғирлиги кўрсатилган қисми бўлиб, ташувчи томонидан йўловчи топширган багаж учун тилхат тарзида берилади;
- *пуллик багаж квитанцияси* (Excess Baggage Ticket) — бепул ташиш меъёридан ортиқ багаж ёки ҳақ тўлаш мажбурий бўлган ашёлар учун ҳақ тўланганлигини, шунингдек багажнинг эълон қилинган қиммати учун йиғимлар тўланганлигини тасдиқловчи ҳужжат;
- *авиаюк ҳужжати* (Air Waybill) — ташувчининг маршрутлари бўйича юк ташишга юк жўнатувчи билан ташувчи ўртасида тузилган шартномани тасдиқловчи ҳужжат.

Ташув мунтазам ёки чартер эканлигидан қатъи назар, ташиш шартномасининг шартларини бажариш мажбурийдир. Йўловчи ташиш тўғрисидаги шартномани тузишда муайян қоидаларга риоя қилиниши лозим.

7.3.Автобусларда туристларни ташиш.

Автобус – ўтириш учун 8 кишидан ортиқ ўриндикли (хайдовчининг ўриндигидан ташқари) йўловчилар ташиш учун мўлжалланган двигатели авто-транспорт воситаси. Автобуслар белгиланган маршрутлар бўйича назарда тутилган бекатларда йўловчиларни олган ва туширган ҳолда ёки буюртмачи – юридик ёки жисмоний шахс томонидан белгиланган маршрутлар бўйича йўловчиларни ташиш учун мўлжалланган.

Ҳудудий белгига қараб, шаҳарда йўловчи ташиш, шаҳардан ташқарига йўловчи ташиш, шаҳарлараро йўловчи ташиш ва халқаро йўналишларда йўловчи ташиш фарқланади. Шаҳарда йўловчи ташишга шаҳар (бир аҳоли яшайдиган жой) доирасида амалга ошириладиган йўловчи ташиш; шаҳардан ташқарига йўловчи ташишга шаҳар доирасидан ташқарига шу жумладан 50

кмгача масофага амалга ошириладиган йўловчи ташиш; шаҳарлараро йўловчи ташишга – шаҳар доирасидан ташқарига 50 км дан узоқ масофага амалга ошириладиган йўловчи ташиш; халқаро йўловчи ташишга – Ўзбекистон Республикасидан ташқарига амалга ошириладиган йўловчи ташиш киради. Шу муносабат билан шаҳар автобуслари, шаҳардан ташқарига қатнайдиغان автобуслар, шаҳарлараро автобуслар ва халқаро автобуслар фарқланади.

Ташиш вазифасига қараб, умумий фойдаланиладиган автобуслар, туристик-экскурсия автобуслари ва махсус автобуслар (мактаб автобуслари; вахта автобуслари; ходимларни шаҳар йўловчи транспорти умумий йўналишларидан узоқда жойлашган ишлаб чиқариш объектларига элтиш учун мўлжалланган автобуслар ва ш.к.) фарқланади. Мазкур автобусларнинг сифими, шинамлиқ даражаси, салонларининг ички тузилиши, ташқи кўриниши ҳар хил бўлади.

Ўринлар сонига кўра, жуда кичкина сифимли автобуслар (8-15 ўринли микроавтобуслар – УАЗ, РАФ, «Газель» ва ш.к.); кичик сифимли (21 — 26 ўринли) автобуслар; ўртача сифимли (33 — 34 ўринли) автобуслар; катта сифимли (41 — 45 кишига мўлжалланган) автобуслар ҳамда ўта катта сифимли (54 — 56 тадан 80 тагача ўринли) автобуслар фарқланади.

Кичик сифимли автобусларга “Отойўл” фирмасининг автобуслари, Россияда ишлаб чиқариладиган КАВЗ ва ПАЗ русумли автобуслар киради.

Қаватларига сонига қараб, бир, бир ярим ва икки қаватли автобуслар фарқланади. Аксарият туристик фирмалар бир ярим қаватли автобуслар билан ишлашни маъқул кўради, чунки йўловчилар салони полдан ҳайдовчининг кабинасига нисбатан юқорида жойлашганлиги туфайли ойнадан атроф яхши кўринади. Икки қаватли автобусларнинг пастки қаватларидан қисқа экскурсияларда транспорт воситасининг сифимини ошириш мақсадида йўловчилар салони сифатида ёки кичкина стол-стуллар билан жиҳозланган буфет тарзида фойдаланилиши мумкин.

Туристларни ташийдиган автобусларнинг **қулай** ва **шинамлигига** бутун дунёда катта талаблар қўйилади. Халқаро йўналишда қатнайдиغان автобусларда кондиционер, аудио- ва видеосистемалар, ошхона, гардероб, **биотуалет** бўлиши лозим. Аксарият автобусларнинг салонлари индивидуал ёритиш лампочкалари, оёқ қўйиш учун махсус жойлар, креслолар суянчиғида йиғиладиган столчалар билан жиҳозланади. Креслолар қулай ва юмшоқ, орқага ташланадиган, қиялиги ростланадиган бўлиши лозим.

Автомобиль транспорт халқаро уюшмаси ҳузуридаги Классификацион комиссия томонидан турли тоифадаги туристик автобусларга қўйиладиган муайян талаблар ишлаб чиқилган. Автобус тоифаси унинг классификация билан белгиланади ва 1 тадан 5 тагача юлдуз билан ифодаланади. «1 юлдузлик» автобуслар тоифасига шаҳар билан таништириш экскурсиялари ҳамда маҳаллий экскурсиялар ўтказиш учун мўлжалланган халқаро классга мансуб автобуслар киради.

7.4. Денгиз транспортида туристларни ташиш.

Одамларни сувда ташиш транспорт воситалари ёрдамида саёхат қилишнинг энг қадимги турларидан биридир. Дастлаб одамлар бунинг учун ёғоч соллар ва қайиқлардан фойдаланганлар. Ҳозирги замон туризмида уларни ноанъанавий транспорт турларига киритиш мумкин. Фан-техника тараққиёти улкан теплоходлар — ўз бортига юзлаб йўловчилар олиш, уларни қулай шарт-шароитларда узоқ масофаларга ташиш, денгиз ва океанлар бўйлаб, ҳатто музликлар орасида саёхатлар қилишга қодир лайнерлар яратилишига олиб келди.

Хизмат кўрсатиш соҳасига қараб, **ҳозирги замон сув транспорти денгиз ва дарё транспортига бўлинади.**

1958 йилда тузилган Халқаро денгиз ташкилоти – ИМО (International Maritime Organization) денгизда кема қатнови масалалари билан шуғулланувчи халқаро ташкилотлардан бири ҳисобланади. У денгизда йўловчи ва юк ташиш соҳасида, шу жумладан денгизда сузиш хавфсизлиги ва денгизни ифлосланишдан сақлаш билан боғлиқ халқаро ҳужжатларни ишлаб чиқади. Ушбу ташкилот фаолияти натижасида денгизда халқаро йўналишда йўловчи ва юк ташиш масалаларини тартибга солувчи бир қанча конвенциялар имзоланди: «Денгизда инсон ҳаётини кўриқлаш тўғрисидаги халқаро Конвенция» (1974); «Денгизда йўловчи ва юк ташишнинг баъзи бир қоидаларини ягоналаштириш тўғрисидаги халқаро Конвенция» (1967); «Денгизда йўловчи ташишнинг баъзи бир қоидаларини ягоналаштириш тўғрисидаги халқаро Конвенция» (1981); «Денгизда ҳалокатга учраганларни қидириш ва қутқариш тўғрисидаги халқаро Конвенция» (1979); «Денгизни чиқиндилар ва бошқа материаллар билан ифлосланишининг олдини олиш тўғрисидаги Конвенция» (1972) ва б.

Агар **денгизда йўловчи ташиш круиз хусусиятига эга бўлса**, денгизда йўловчи ташиш тўғрисидаги шартномага мижозга хизмат кўрсатиш соҳасига, чунончи: овқатланиш, кўнгилочар тадбирлар, экскурсия дастурига тегишли бўлган қўшимча битимлар тузилади.

Савдо мақсадларида денгизда сузиш кодексининг бобларидан бири **кемани муайян муддатга фрахт қилиш (тайм-чартер) тўғрисидаги шартномага** бағишланади. Ушбу шартнома туристик ва бошқа мақсадларда йўловчиларни оммавий ташиш учун денгиз кемаларидан фойдаланувчи турфирмалар ва бошқа ташкилотларга қизиқарлидир.

Кемани вақтинчалик фрахт қилиш шартномасига кўра кема эгаси белгиланган ҳақ (фрахт) эвазига фрахт қилувчига кемани ва кема экипажи аъзоларининг хизматларини йўловчи, юк ташиш учун ёки бошқа тижорат мақсадларида муайян муддатга тақдим этиш мажбуриятини олади. Бундай шартномани расмийлаштиришда унда қуйидагилар кўрсатилиши шарт: тарафлар номи; фрахт қилиш мақсади; кема номи, унинг техник ва фойдаланиш кўрсаткичлари (юк кўтариш қобилияти, тезлиги ва б.); сузиш ҳудуди; кемани топшириш ва қайтариш вақти ва жойи; фрахт қиймати; тайм-чартернинг амал қилиш муддати.

XX аср охирида круиз индустрияси туристик бизнеснинг энг жадал ривожланаётган секторига айланди. Маълумки, **круиз** деганда сув транспорти

турларида саёҳат қилиш тушунилади. У орол қирғоғи бўйлаб экскурсия қилишни, порт шаҳарларнинг диққатга сазовор жойлари билан танишишни, шунингдек денгиз ва дарё лайнерлари бортида дам олишни ўз ичига олади.

Жаҳонда круиз компаниялари жуда кўп (100 дан ортиқ) бўлиб, уларнинг бир қисми Круиз компаниялари халқаро уюшмасига аъзодир. Круиз бизнеси соҳасидаги энг машҳур ташувчилар қаторига «Carnival Cruise Lines», «Celebrate Cruises», «Royal Caribbean International», «Princess Cruises», «Costa Cruises», «Norwegian Cruise Lines» компаниялари киради

7.5.Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.

Сизлар билан маърузада ҳаракат усуллари бўйича ҳайвонларнинг ёрдами билан туристларни ташиш мумкин эканлиги ҳақида айтиб ўтилган эди, шулардан бири, ит ёввойи бўридан тарқалган бўлиб, инсон уни қўлга ўргатган. Итдан қўриқлаш, пода боқиш, ов қилиш, йўловчи ва юк ташиш мақсадларида фойдаланилади. Шимолда итлар чана тортади. Бир чанага 10-20 ит қўшилади. Шу ҳолатда итлар қорли ҳудудлар бўйлаб анча оғир (200 кг гача ва ундан ортиқ) юкларни чанада ташишга қодир. Чекка Шимолда йўллар бўлмаган шароитларда итлар қўшилган чана қорли ҳудудлар бўйлаб ҳаракатланишнинг бирдан-бир ягона усулидир. Аляска бўйлаб ит қўшилган каналарда саёҳат қилиш Жек Лондон асарларида тавсиф этилган. Итлар саёҳатчиларга Жанубий ва Шимолий қутбни забт этишга кўмаклашган. Бундай саёҳатларни ташкил этишда ўз юкидан ташқари итларга озикани ҳам режалаштириш зарур. Бу ҳам чанада маълум жойни эгаллайди ва юк бўлади.

Бугунги кунда қорли ҳудудлар бўйлаб ит қўшилган чанада саёҳат қилиш экзотика ҳисобланади. Экстремал туризм гуруҳлари учун кўп кунлик саёҳатлар ташкил этилади. Қутбга яқин жойларда, масалан, Финляндия, Норвегия, Канада ва Аляскадаги туристик марказларда туристлар учун кўнгилочар тадбирлар уюштирилади. Маҳаллий аҳоли туристлар учун ташкил этадиган миллий байрамларда ва кўрғазмали намойишларда ит қўшилган каналардан фаол фойдаланилади. Ит қўшилган каналарда сафари — Финляндиянинг қишки курортларида, айниқса, Лапландияда туристлар учун ўтказиладиган кўнгилочар тадбирларнинг муҳим тури. Бу ерда туристларга итларни чанага қўшиш, ит қўшилган чанани бошқариш ўргатилади. Ҳар хил узунликдаги манзилни ит қўшилган чанада босиб ўтиш ёки ҳатто 300-400 км га саёҳат қилиш кўзда тутилган турлар ҳам бор. Сафар охирида туристларга (табиийки, маълум ҳақ эвазига) ит қўшилган чана ҳайдовчи сертификати берилади.

Туёқлилар туркуми вакиллари — буғу, эшак, хачир, от, хўкиз, қўтос ва туядан инсон қадим замонлардан бери юкларни ва саёҳатчиларни ташиш учун ҳам, турли юк ортилган араваларни тортиш учун ҳам фойдаланиб келади.

Отлик туристик маршрутлардан ташқари отлардан миллий паркларда, меҳмонхоналар яқинидаги махсус ҳудудларда, клубларда ҳам фаол фойдаланилади. От билан муомала қилиш инсоннинг ҳолатига, унинг руҳиятига ижобий таъсир кўрсатади деб ҳисобланади.

Таянч сўз ва иборалар: транспорт хизматлари, йўловчилар хавфсизлиги, ички авиаташув, халқаро авиаташув, круиз, отлик туристик маршрут.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни нимадан иборат?
2. Туризм соҳасида транспорт таъминоти тизими нимадан иборат?
3. Транспортда ташиш хизматларининг хили ва тури бўйича таснифланиши қандай амалга оширилади?
4. Халқаро учишларнинг ҳуқуқий ҳужжатларига нималар киради?
5. Ҳавода йўловчи ёки юк ташиш тўғрисидаги шартноманинг моҳияти нимада?
6. Денгиз транспортида йўловчи ва юк ташишнинг қандай ҳуқуқий асослари мавжуд?
7. Ҳайвонлар билан турларни қандай ташкил этиш мумкин?

VIII.Мавзу. Туристтик маршрутларни ишлаб чиқиш²

Режа:

- 8.1.Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча.
- 8.2.Туристтик маршрутнинг келиб чиқиши.
- 8.3.Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар.
- 8.4.Туристтик маршрутларда хизмат кўрсатиш.

8.1.Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча.

Инсон кўриб, эшитиб юрган ҳар қандай мўжизавий, қизиқарли иншоотлар, табиатнинг сўлим гўшалари, қадимдан сақланиб келаётган обидалар, дарёлар, шаршаралар, ҳайвонат ёки турли – туман ўсимликлар ўсадиган жойлар, томоша боғларининг ҳаммасига маълум бир йўлдан борилади. Бу йўл туризмда «маршрут» дейилади.

Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш давлат миқёсида, раҳбарлигида олиб борилаётган барча чора-тадбирларининг биринчи навбатда амалга оширилиши зарур бўлгани – туристик маршрутлар ишлаб чиқишдир.

Туристтик ресурс, объект - (кўриқхона, тарихий, маданий обида, археология ва ҳоказолар)га турист ҳар тарафлама ўнғайликда борадиган ва мазмунли дам олиш, қониқиш олгандан кейин, аста – секинлик билан туристлар оқимини ўзига жалб қила бошлайди.

Республикамиздаги барча туристик ресурсга – объектга-манзилу-маконга-масканга йўл бор. Бу йўллар асфальти, тошли, маҳаллий тупроқ йўллари, сўқмоқлар ва ҳақозо кўринишлардадир. Бу ҳолат инкор қилинмайди.

Лекин, бу йўлларни туристик маршрутга айлантирилгандан кейингина туристик ресурсда туристлар сони кўпайиши мумкин. Туристтик ресурсга ҳозирги йўллар билан ҳам туристлар олиб борилади. Лекин бу йўлда туристнинг эркин ҳаракатланиши, у хоҳлаган вақтда тўхташи, қизиқиб қолган йўлбўйи «объектлар»га экскурсияга чиқишни талаб қилиши, ёки чой ичиб дам олишни хоҳлаши мумкин.

Туристтик маршрут қайд қилинган, кутилмаган «таклфилар»нинг бажарилиши ёки «хизматлар» мажмуаси аъло даражада кафолатланиши учун ҳам туристик маршрутлар дейилади. Туристларнинг барча эҳтиёжларини, талабларни бажаришда фойдаланадиган йўллар туристик маршрутлар ёки туристик йўллар дейилади.

8.2.Туристтик маршрутнинг келиб чиқиши.

Маршрутнинг ўзоқ-яқинлигига қараб инсон ҳаракатланиш воситасини танлайди. Масалан, Самарқанддан Жиззахга боровчи киши албатта автомобил, автобус ёки поезд транспорти турларидан бирини танлайди. У ҳеч қачон

² Мазкур мавзу Р.Ҳайитбоев, А.Саттаровнинг «Туризм маршрутларини ишлаб чиқиш технологияси» (СамИСИ-2009) номли маърузалар матнидан фойдаланилган.

Жиззахга самолётда бориш учун ҳаракат ҳам, орзу ҳам қилмайди. Чунки, Самарқанддан Жиззахга самолёт билан бориш маршрути йўқлигини жуда яхши билади.

Лекин, Жиззахга велосипед, мотоцикл, арава, от, эшак ёки туя билан ҳам бориш мумкин. Бу транспорт инсоннинг илмий - техника тараққиёти давригача бўлган ҳаракатланишида фойдаланган транспорт хилларидир.

Инсон ҳозирда Жиззахга бориш учун ҳаракатланиш воситаларининг энг тезкоридан фойдаланади. Вақтдан фойдаланиш нуқтаи назаридан ўтмишда асосий транспорт воситалари бўлган арава, от, туя ва эшакдан шаҳарлараро ҳаракатланишда ҳозир фойдаланилмайди.

Шунингдек, Жиззахга замонавий транспорт воситалари билан қисқа муддатда етиб борган инсон шаҳар атрофларидаги тоғларга чиқмоқчи бўлса, ўша ўтмишдаги асосий транспорт воситалари бўлган от, эшак ёки аравадан фойдаланишга мажбур бўлади. Бу маҳаллий транспорт турларининг ҳам ўз йўли - маршрутлари бор. Демак, инсоннинг ҳаракатланиши вақт давомида тезланиб бориб, шароит бўйича секинлашади, маршрутлар эса деярли ўзгармасдан ёки техник, қулайлик жиҳатидан ўзгариши мумкин. Аниқроғи, маршрутлар - инсоннинг ҳам техника ёрдамида ҳам пиёда ёки ҳайвонлар ёрдамида юрадиган йўлидир.

Энди, туристик маршрут дейилганда бу йулдан турист мақомини олган яққа инсон ёки инсонлар гуруҳи юрадиган ҳаракатланадиган, маълум бир маконга борадиган ва қайтадиган йўл тушинилади.

8.3. Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар.

Ҳозир туризм маршрутлари қуйидаги маршрутларга бўлинади:

1. Қадимги маршрутлар.
2. Буюк географик кашфиётлар давридаги маршрутлар.
3. Ўзгартирилган маршрутлар
4. Ўзгармайдиган маршрутлар
5. Тикланадиган маршрутлар.
6. Тикланмайдиган маршрутлар
7. Янги, замонавий маршрутлар.

Қадимий маршрутлар инсониятнинг то буюк географик кашфиётларигача бўлган даврни ўз ичига олади. Дастлабки маршрутлар олдиндан ўрганиладиган жойларга саёҳатлар уюштириш ҳисобланади. Инсоният тараққиётида қадимий ибтидоий одамларнинг овқат излаб кўчиб юришларининг излари ҳам ҳозир топилган, исботланган. Энг катта ва дастлабки саёҳат Миср фиравни Нехао топшириғи бўйича Африканинг денгиз қирғоқ чизиклари бўйлаб амалга оширилган 3 йиллик саёҳат ҳисобланади. Бу саёҳатни Финикияликлар амалга оширди. Улар кемаларда қизил денгиздан ҳинд океанига чиқишди. 3 йилдан сўнг Гибральтар бўғозидан ўтиб Ўрта ер денгизи орқали Мисрга етиб келишди. Бундай саёҳатлар тарихда жуда кўплаб қайд қилинган.

Нехао топшириғи бўйича фининияликлар саёҳатини келтирганимизнинг бош сабаби шундаки, айнан шу саёҳатдан кейин 2 та қитъа номланди:

1. «асу», «азу» - кун чиқар – кейинчалик Осиё номи

2. «эреб» - кун ботар – кейинчалик Еропа номи

Қадимий маршрутларни ҳаракатланиш жиҳатидан 2 хил шароитга бўлишимиз мумкин:

1. Денгиз – сув йўли маршрутлари.

2. Қуриқликдаги маршрутлар.

Денгизлар орқали амалга оширилган маршрутлар: Фернандо Магелланнинг ер шари бўйлаб саёҳати, Роберт Скотт ва Раул Амундсеннинг шимолий ва жанубий кутбларга саёҳатлари, Семён Дежнёв ва Витус Берингнинг шимолий муз океани бўйлаб саёҳатлари, М.Лазаров ва Н.Лисяньскийнинг жанубий кутбга саёҳати, Миклухо Маклай саёҳати, Христофор Колумб ва Жеймс Кукнинг океанлар бўйлаб саёҳатлари маршрутлари.

Қуриқликда ўтган энг катта маршрут – «Буюк ипак йўли» маршрути ҳисобланади. Шунингдек, хитойлик Чжан Цянь юрган йўл ҳам жаҳондаги энг катта маршрутдир.

Буюк географик кашфиётлар давридаги маршрутларга 1490-1504 йиллардаги Христофор Колумб, Америго Веспуччи, Васко да Гама, Жеймс Кук, Давид Ливингстон, Афанасий Никитий, Д.Тасман, Миклухо Маклай, Д.Диксон ва бошқа сайёҳлар очган маршрутлар киради.

Янги замонавий маршрутлар Европада ва Америкада дастлабки автомобиллар, поездлар ва самолётлар, буғ билан сузадиган кемалар ихтиро қилинган 17-18 асрлар тўғри келади.

Ўзгартирилган маршрутларни инсон ўзи учун қулайлик, шароит яратадиган географик рельеф шакллари ўзгарганидан кейин ўзгартиради. Албатта, янги йўл олдингисига (эксисига) қараганда ўзининг хавфсизлиги, қулайлиги, ҳаракатлар учун кўплаб шароитлар, имкониятлар мавжудлиги билан ажралиб туради.

Ўзгартирилган маршрутлар кўпинча давлатлар ўртасидаги сиёсий, иқтисодий меъёрларнинг бузилишидан келиб чиқади. Худи шунингдек, давлат ичидаги маршрутлар янги шаҳарлар қурилиши, бой табиий минерал ресурсларнинг очилиши билан боғлиқ бўлади. Саноат объектларининг марказлашуви, археологик топилмалар ва табиат қўриқхоналарининг ташкил қилиниши ҳам кўпинча янги маршрутларнинг келиб чиқишига сабаб бўлади.

Ўзгармайдиган маршрутлар – барча йўллар Римга олиб боради шиорида бўлади ва асосан дунёнинг қадимий – тарихий обидалари, диний раҳномалар дафн этилган жойлар, табиатнинг ноёб ҳайкаллари жойлашган манзиллар билан боғлиқ бўлади.

Масалан, Мисрдаги пирамидалар, Хитой, Ҳиндистон, Таиланддаги қадимий, тошдан қурилган ибодатхоналар, Макка, Мадина, Қуддус, Бухоро, Самарқанд, Хива, Ватикан каби шаҳарларга, табиат ҳайкаллари, Ниагара шаршарасига, ғорлар, булоқлар, тоғларга бориладиган маршрутлар ўзгармайди. Шаҳарлар, давлатлар ўртасидаги темир йўл, ҳаво йўли, автомобил йўллари маршрутлари ҳам деярли ўзгармайди. «Буюк Хитой девори» бўйлаб ўтган маршрут ҳам бу девор то йўқолиб кетгунча ҳаракатда бўлади, ўзгармайди.

Тикланадиган маршрутлар. Бундай маршрутлар асосан қадимий маршрутлар бўлиб асрлар ўтиши ва илмий-техника тараққиёти туфайли, маршрутда транспорт турларининг ўзгариши туфайли дастлабки аҳамиятни умуман йўқотган маршрутлар ҳисобланади.

Масалан: Эрамиздан олдинги II-III асрларда машҳур бўлган, асосан туя қарвонлари билан ҳаракатланадиган «Буюк ипак йўли» маршрутини тиклаш учун халқаро ҳаракатлар бошланди. Ўзбекистон Республикаси президенти И.А.Каримов 1995 йил 2 июнда 1162 рақамли «Буюк ипак йўли»ни қайта тиклашда Ўзбекистон Республикаси иштирокини авж олдириш ва Республикада халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида» фармони қабул қилди. «Буюк ипак йўли» маршрутини тиклаш мумкин. Бу тиклаш қадимий йўл маршрути аниқланиб замонавий автомагистрал ёки замонавий темир йўл транспорти тармоқларига айланиши ҳам мумкин. Лекин туя қарвонлари маршрутини экзотик туризмни ривожлантириш учун қисқа-қисқа масофаларда ташкил қилиш мумкин.

Тикланмайдиган маршрутлар ҳам империя давлатнинг ёки алоҳида давлатнинг парчаланиб кетиши, шаҳарлар, саноат марказларининг салоҳияти пасайиши ёки илмий-техника тараққиёти ривожини билан ўз мавқеини йўқотади. Масалан: Христофор Колумб ёки Фернандо Магелланнинг океанлараро кемаларда ўтказган, ойлаб муддатлар кетган денгиз маршрутларини тиклашга ҳеч ҳожат ҳам, зарурат ҳам йўқ. Бундай маршрутларни тиклаш ва туризмда фойдаланиш иқтиодий жиҳатдан ҳаддан ташқари қиммат бўлиши тушунарли ҳолатдир. Бу маршрутларни замонавий самолётларда 12-14 соатда босиб ўтиши мумкин бўлмоқда.

Туризмдаги маршрутлар деярли мавзули бўлади ва мавзу номидаги туристик маршрут дейилади. Қайд қилганимиздек, маршрут туристнинг ёки туристларнинг талаб ва эҳтиёжларини тўлиқ қондириш дастурига эга бўлгандагина туристик маршрут дейилади. Бошқа ҳолларда маршрут умумий йўл бўлиб қолаверади. Туристик маршрутлар туризмдаги турларнинг мавзулари бўйича ҳам бўлиши мумкин. Кўп ҳолатларда аралаш ёки **мажмуали мавзудаги** туристик маршрутлар ёки **бир мавзуда** – диний – зиёратгоҳ жойларга ишлаб чиқилган туристик маршрутлар ҳисобланади.

Агарда туристлар талаби билан экотуризм маршрути ишлаб чиқилганда экологик туризм ресурслари асосан узоқ масофаларда жойлашганлигидан туристлар зерикмаслиги учун йўлбўйи туристик объектларни ҳам турмаршрутга киритилади ва йўл-йўлакай қизиқарли экскурсиялар уюштирилади. Бундай маршрутлар **мажмуали мавзудаги туристик маршрутлар** дейилади.

Демак туристик маршрутларнинг мавзулари кўп ҳолларда туризмнинг турлари номи билан боғлиқ бўлади.

Туризмнинг маълум бир давлатда ривожланишига жуда кўп омиллар таъсир қилади. Туризм манзилларига янги тур маршрутларнинг ишлаб чиқилиши бевосита туризмни ривожлантириш омилларининг ҳаракати билан боғлиқ бўлади. Туризмни ривожлантириш омилларининг бирор бир омили ёки шакли алоҳида юзага чиқганда туристик маршрут ёки ҳаракатдан тўхтайдиган ёки янги турмаршрут ишлаб чиқишга тўғри келади.

8.4. Туристтик маршрутларда хизмат кўрсатиш.

Жойлаштириш хизматлари. Туристларни жойлаштириш шаҳарларда муаммо эмас. Турист ёки туристларнинг хоши-истакларига қараб турли даражадаги меҳмонхоналарга жойлаштириш мумкин. Жойлаштириш муаммолари шаҳардан узоқ масофалардаги туристик объектларга сайёҳатлар давомида юзага келади.

Республикамизда туризмни ривожлантиришдаги энг оғриқли, муаммоли масала ҳам экотуризм, археологик туризм, овчилик туризм каби туризм турларига маршрутлар ишлаб чиқишда юзага қалқиб чиқади. Ўзбекистоннинг табиат минтақаларига туристик маршрутлар ишлаб чиқилмаётганлигининг асосий сабаблари ҳам бу туристик маконларда туристлар учун тунаш жойларининг йўқлигидадир. Экотуризм, археологик туризм ва овчилик туризмни ривожлантиришни режалаштирар эканмиз биринчи навбатда туристларнинг тунаши (жойлаштириш) шароитларини яратишимиз керак бўлади.

Шаҳарлардан узоқда бўлган туризм ресурсларида (экотуризм, рекреация туризми) туристлар учун тунаш жойларини ҳозирча туристик базалар ёки туристик лагерлар усулида яратиш имкониятлари мавжуд. Лекин, туризмда тадбиркорликнинг кенгаймаётганлигидан бундай тунаш жойлари ҳозиргача яратилмаяпти.

Агарда табиат бағридаги экотуризм масканида (ресурсида) бундай тунаш жойлари яратилганда эди. Туристларнинг ҳам тунаш, ҳам дам олиш ва овқатлантириш муаммолари бирданига ҳал қилинган бўларди.

Бу муаммоли ҳолатдан чиқишнинг ягона йўли экотуризм, рекреация туризми ёки овчилик туризмдаги туристик ресурсларга маршрут ишлаб чиқишда ресурсга яқин жойдаги аҳоли уйларини ижарага олиш ҳисобланади. Лекин, унутмаслик лозимки халқаро туристлар ҳар қандай шароитларда ҳам тунаб қолавермайди. Шунинг учун ҳам бундай шароитлардан маҳаллий туризмдаги туристларни жойлаштиришда фойдаланиш мумкин.

Табиат ландшафтларидаги туризм масканларига (ресурсларига) маршрут ишлаб чиқишдан олдин бундай жойларда туристик базалар ва туристик лагерлар барпо қилишга қатъий равишда киришишимиз лозим. Туристтик лагерларни палаткали ёки юрта (чўпоннинг қора уйи) усулида тезкор вақтларда мавсумларга мослаштириб қуриш имкониятлари жуда катта.

Овқатлантириш хизматлари. Туристлар шаҳар меҳмонхоналарига жойлаштирилганда уларни овқатлантириш муаммо эмас. Чунки, турист жойлашган меҳмонхонада ҳам шаҳарнинг ҳар бир кўчасида ҳам туристнинг эҳтиёжини қондирадиган ресторан, кафе, ошхона ва чойхоналар бор.

Шаҳарлар меҳмонхоналарда жойлашган туристларни овқатлантиришда халқаро меъёрлардаги таклифлар қуйидагича:

- а) тўлиқ пансион – 3 марта овқатланиш (нонушта, тушлик, кечки овқат);
- б) ярим пансион – 2 маротаба овқатланиш (нонушта – тушлик, нонушта – кечки овқат ёки тушлик – кечки овқат);
- в) фақат нонушта;
- г) фақат тушлик;

д) фақат кечки овқатланиш.

Овқатланишда хизматлар шакли қўйидагича:

а) «Швед столи» - ўз-ўзига хизмат. Бу усулда ресторан ёки ошхонала турли-туман овқат хиллари тайёрланган бўлади. Туристлар (мижозлар) ўзлари ҳоҳлаган овқат ва ичимлик хилларини ҳоҳлаганларича (эҳтиёжларига яраша) олиб еб-ичишлари мумкин. Овқатланиб бўлгандан кейин турист (мижоз) идиш – товоқларни йиғиштирмайди.

б) «Табльдот» - ҳамма мижозлар учун фақат битта меню тайёрланади (мижозларга овқат танлаш ҳуқуқи берилмайди).

в) «А ля карт» - ресторан менюсида туристлар ҳоҳлаган овқат турини эркин танлайдилар.

Овқатланишнинг қайси шакллари бўлмасин шаҳарда ва туман марказларида туристларни овқатлантириш юқорида қайд қилганимиздек муаммо туғдиради. Фақат туристик маршрутда шаҳарда (туманда) овқатлантириш жойи ва шароитлари ёзиб қўйилса етарли бўлади.

Туристларни овқатлантиришдаги муаммолар шаҳарлардан (туманлардан) узоқ масофадаги туристик объектларга маршрут ишлаб чиқишда қийин вазиятларни келтириб чиқармоқда. Шаҳарлардан узоқ масофаларда жойлашган туристик объектда тунаш муаммоси юқорида келтирилди. Бундай шароитларда овқатлантириш ҳам ана шу муаммони такрорламоқда.

Қайд қилинганлардан қуйидаги хулосалар ҳосил бўлади:

1. Туристтик маршрут ишлаб чиқишда агар маршрут экотуризм, овчилик туризми, саргузашт туризми ёки ғоршунослик ва рекреация туризми мавзулари бўйича ишлаб чиқилганда туристларни «палатка усули»да овқатлантиришни ташкил қилиш мумкин. Бу усулда туристларни қизиқтириш учун миллий экзотика вариантини – яъни кўчма қозон – товоқ усулида – «табиат бағрида табиийлик» шароитида овқат тайёрлашда таклиф этиш ва овқатлантириш.

2. Қайд қилинган туризм мавзуларида туристик маршрут ишлаб чиқилганда туристик маконда – объектда туристик лагер (мавсумий – палатка усулида) ташкил қилиш мақсадига мувофиқ.

3. Ҳар қандай мавзуда туристик маршрут ишлаб чиқишда маршрут давомида минерал сувлар, термосда иссиқ чой, совутилган чой ва экологик тоза шарбатлар бўлишлигини таъминлаш шарт.

4. Туристтик маршрутда экскурсияга чиқилганда экспедиция усулида овқатланишни (консервалар, қотирилган колбасалар, тушонкалар ва ҳако..) иссиқ чой билан ташкил қилиш мумкин.

Экскурсия хизматларини ташкил қилиш. Туристтик маршрутда экскурсия хизматларини ташкил қилиш турнинг жизабатор, қизиқарли ўтишини таъминлайди. Ҳар қандай туристик маршрутда экскурсияларни ташкил қилиш туроператорнинг тадбиркорлигига боғлиқ бўлади.

Ҳозирги вақтда шаҳарлардаги диққатга сазовар жойларни кўришга ва диний зиёратгоҳ масканларга келиб-кетувчи туристларни экскурсияларга таклиф қилиш деярли йўқ ҳисобланади. Чунки бундай жойларга ҳам пухта тузилган туристик маршрутлар ишлаб чиқилмаган. Энг афсусланарли жойи шундаки, ҳозиргача туристларга турист юрмоқчи ва кўрмоқчи бўлган маршрут унга оғзаки ҳолда таклиф қилинмоқда. Шаҳарлардаги хотира боғлари,

ўлкашунослик, халқлар тарихи ва ҳайвонот олами билан боғлиқ музейлар, халқимизнинг ҳунармандчилиги устахоналарига маҳаллий туризмда ҳам, халқаро туризмда ҳам қизиқарли экскурсиялар уюштиришнинг катта имкониятлари деярли барча шаҳарларимизда мавжуд.

Шаҳар ичидаги туристик маршрутда албатта экскурсия маршрутлари кўйилиши лозим. Бунинг учун шаҳарлардаги экскурсия объектлари тўлиқ рўйхатга олиниб ундаги хизматларнинг турлари ва баҳолари аниқланиши лозим. Энди шаҳарлардан чиқиш ва узоқ масофаларга (экотуризм, археологик ёки овчилик туризми кабилар) бориладиган туристик маршрутларда албатта йўл-йўлакай кўриб ўтиладиган экскурсия маршрутлари бўлиши маршрутни қизиқувчанлиги, турли-туманлигини кучайтиради.

Чунки, узоқ масофага автотранспортда тўхтовсиз юриш туристларни толиқтиради (айниқса табиий рельефи қарийиб бир хил бўлган чўл ҳудудларидан юрилганда). Узоқ масофалардаги туристик маршрут ишлаб чиқилганда дастлаб йўл ва йўл арофида бўлган диққатга сазовар жойлар, балки, тарихий обидалар, булоқлар ёки қадимий дарахтлар, сайллар ва бошқа тўхташ мумкин бўлган объектлар ҳақида маълумотлар тўпланади.

Туристтик маршрут тузувчи бу объектларнинг энг жозибадор, қизиқтирувчиларига экскурсиялар уюштиришини туристик маршрутга киритиши туристнинг йўлда зерикишнинг олдини олади. Шу ўринда яна бир муҳим фикрни ёдда сақлаш лозимки маршрут ҳақидаги букловда ёки ахборотномада маршрут йўли атрофидаги барча диққатга сазовар объектларнинг рангли расмлари қисқача изоҳда берилиши туристларнинг экскурсияларни танлашига шароит яратади.

Экскурсияларни танлашда объект асосий йўлдан жуда ҳам узоқ бўлмаслигига эътибор бериш лозим. Экскурсияларда дам олиш ёки овқатланишни экспедиция усулида ўтказиш мумкин. Бу ҳақда ушбу маърузада тавсиялар берилди.

Таянч сўз ва иборалар: маршрут, туристик маршрут, туристик ресурс, туристик объект, тур, қадимий маршрутлар, ўзгармайдиган маршрутлар, тикланадиган маршрутлар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туризм маршрути ҳақида тушунча беринг.
2. Туристтик маршрутнинг келиб чиқишини изоҳланг.
3. Туристтик маршрутларнинг турларини санаб беринг.
4. Туристтик маршрутларда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изоҳланг.
5. Туристтик маршрутларда экскурсия хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изоҳланг.

IX. Мавзу. Турларни шакллантириш ва ташкил этиш

Режа:

- 9.1. Тур тушунчаси.
- 9.2. Турларни режалаштириш ва шартномали режа.
- 9.3. Саёхатларни лойиҳалаштириш.

9.1. Тур тушунчаси.

Туроператор фаолиятнинг асосий вазифаси муносиб хизмат кўрсатиш дастури билан мустаҳкамланган тур яратиш ҳисобланади. Айнан шу маҳсулот туроператор томонидан яратилган бўлиб, бозорга чиқариладиган асосий туристик маҳсулотдир. Сотишни ташкил этиш усули ва турист талабномасининг турига қараб турлар **индивидуал** ва **гурухли** бўлиши мумкин.

Индивидуал турлар. Туристларга кўпроқ эркинлик ва мустақил ҳаракатланиш имконини беради. Аммо бундай турлар гуруҳли турларга нисбатан қимматроқ, чунки индивидуал турлар таркибига кирувчи ички маршрутли транспорт, гид хизматлари ва баъзи бошқа хизматлар учун тўлов тўлиғича турист зиммасига тушади. Гуруҳли турларда эса тўлов гуруҳдаги аъзолари ўртасида тақсимланади. Айнан шунинг учун индивидуал турлар кўпчилик туристлар орасида унчалик талабгор эмас. Ундан ташқари индивидуал турларни ташкил этиш сермехнат жараён бўлиб, у брон қилиш учун компьютер техникасидан фойдаланиш, алоқа воситаларини тартибга солиш, ҳисоб ва бошқа операцияларни амалга оширишни талаб қилади. Бошқа томондан туристик фирмалар гуруҳли туризмдан кўра индивидуал туризмдан кўпроқ фойда оладилар. Бу албатта иқтисодий нуқтаи назаридан, шу сабабдан турфирма стратегиясида ҳам индивидуал ҳам гуруҳли туризм учун маълум ўринлар топилиши лозим.

Гуруҳли туризм. Нисбатан арзон, кўп сонли туристлар учун ҳамёнбоп, аммо гуруҳли туризда гуруҳнинг барча аъзолари ўрнатилган тартибга бўйсунилари лозим.

Жозибадор туристик маҳсулот яратиш туроператорларнинг энг муҳим ва энг биринчи вазифасидир. Туристлик ташкилотлар фаолиятининг ушбу соҳаси ишлаб чиқариш жараёнлари билан бевосита боғлиқ. Ташкилотнинг товар сиёсати ишлаб чиқариш ва сотиш ўртасидаги келишилган, шунингдек турлар ассортименти, хизмат кўрсатиш дастури ва турмаҳсулот бирлиги билан боғлиқ қарорлар қабул қилишини талаб этади. “Туристлик маҳсулот яратишда турист нима сотиб олади” деган саволга аниқ жавоб бериш лозим. Ахир турист меҳмонхонадаги жойлаштириш учун эмас, янги ҳиссиётлар ва нотаниш нарсалар билан танишиш учун ресторандаги бифштекс ёки гўштли қийма учун эмас, эътибор, қўлайлик учун пул тўлайди. Шунинг учун турмаҳсулот яратиш туристнинг истемолчилик хусусияти ва сифатларини ўрганишдан, туристлар учун энг жозибали томонларни очишдан бошланади. Айнан шу кўрсаткичлар туристик маҳсулотни ишлаб чиқиш ва сотишдаги энг муҳим йўналтирувчилар

ҳисобланади. Мутахассислар томонидан туристик маҳсулотнинг бир нечта истеъмолчилик хусусиятлари ажратиб кўрсатилади:

- асосланганлик, барча хизматларни тақдим этиш турист эҳтиёжларига асосланган, саёҳат мақсади ва тегишли шароитлар билан мослашган бўлиши лозим;
- ишонччилик, ахборот, маълумот ишончилиги, маҳсулот реал таркибининг рекламага мувофиқ келиши;
- самарадорлик, турист томонидан кам ҳаражатлар эвазига кўпроқ самарага эришилиши;
- бутунлик, маҳсулотнинг яқунланганлиги, унинг турист талабини тўла қондира олиш хусусияти;
- аниқлик, маҳсулот истеъмоли, унинг йўналтирилганлиги ҳам турист учун, ҳам хизмат кўрсатувчи ходим учун тушунарли бўлиши лозим;
- қўллашдаги оддийлик;
- эгилувчанлик, маҳсулот ва хизмат кўрсатиш тизимининг истеъмолчиларнинг турли типларига мос келиши ва хизмат кўрсатувчи ходимнинг ўзгаришига нисбатан бефарқлиги;
- нафтлилик, маҳсулотнинг бир ёки бир нечта мақсадга эришиш учун хизмат қилиши (масалан дам олиш ва ўрганиш) туристнинг у ёки бу эҳтиёжларини қондира билиш қобилияти.

Ушбу хусусиятлар сотилиши устидан назорат биринчи навбатда туристнинг саёҳатдан қониқиш даражасини ўрганиш (сўров, анкета) ҳисобланади. Аммо туристик хизмат устидан назоратнинг ўзи турмаҳсулотни режалаштириш босқичида бошланади. Юқоридаги таъкидланган хусусиятлар билан бир қаторда турмаҳсулотнинг меҳмондўстлик каби бетакрор хусусияти ҳам тан олинган. Ушбу хусусиятсиз ҳар қандай энг мукамал турмаҳсулот ҳам ўз қиёфасини йўқотади ва турист ўзининг у ёки бу эҳтиёжининг қониқтирилишининг кўтилаётган даражасига эриша олмайди. Туристик индустрия соҳасида меҳмондўстлик – бу касбий талаб, бу туристларга хизмат қилишдан хурсанд эканлигини билдиришдир. Меҳмондўстликнинг ажралмас қисмлари бўлиб эътибор, хурмат, персаналнинг илтифотлилиги ҳисобланади. Меҳмондўстлик серқирра тушунча бўлиб, бир неча ташкил этувчи омиллардан иборат:

а) дам олиш имкониятлари, билим олиш ва вақтичоғлик ҳақидаги маҳаллий ва ҳудудий бозорларнинг сифатли ахбороти;

б) потенциал истеъмолчиларга хизмат кўрсатувчи ташкилотлар ва туристик ҳудуд тўғрисида ижобий тасаввур яратиш (реклама, телекўрсатувларда қатнашиш ва ҳ.к.);

в) хизмат кўрсатувчи персанолнинг туристларга илтифот кўрсатишга интилиши (ҳаммаси миждоз учун шиори бўйича хизмат кўрсатиш);

с) туристик маҳсулотни тақдим этувчиларнинг туристлар хажми ва илтимосларига эътиборли муносабати (биз сиз учун нима қила оламиз? тамойили бўйича);

д) хизматларни олишда туристнинг мослашувини енгиллаштириш (турфирма ички ахбороти, туристга тушунарли бўлган тилда тайёрланган буклетлар, саёҳатномалар);

е) туристларга марҳаматли муносабатда бўлиш ушбу хусусият хизмат кўрсатиш тамойилларидан бирига айланиш лозим.

Юқорида таъкидланган тамойилларнинг барчаси хизмат кўрсатиш технологиясига киритилиши лозим. Турни ташкиллаштириш технологиясида туристлар ва хизмат кўрсатувчи ходимнинг ўзаро таъсир муҳити ҳам туристлар томонидан хизматлар қабул қилинишининг психологик жиҳатлари ҳам бирдек муҳимдир. Бу шуни англатадики, туристнинг шахсий қизиқшлари, унга бўлган самимий муносабат доимо биринчи ўринга қўйилиши лозим.

Шу нуқтаи назардан халқаро туризмда қўйидаги эътибор аломатларини туристларга кўрсатиш аллақачон амалиётга айланган:

- ҳар бир турист учун қўтловчи сувенирлар меҳмонхона хизматидан фарқли ўлароқ (меҳмонхонада хатто ёстик устидаги шokolод ҳам сувенир) турларда сувенирлар саёҳат мақсадидан келиб чиқиб берилади. Масалан: касбий саёҳат, яъни иш юзасидан саёҳатларда проспектлар ёки туристларни қизиқтирувчи маҳсулотлар намуналари, фальклор турларда эса миллий характердаги сувенирлар бўлиши мумкин;

- тур якунида туристларга босиб ўтилган маршрутлар ҳамда махсус тайёрланган дипломлар, ёрликлар, нишонлар тақдим этиш;

- реклама варақлари, буклетлар, йўл кўрсатувчилар ва дам олиш максанлари ҳақидаги маълумотлар туристлар учун доимий равишда тарқатилиши лозим;

- саёҳатнинг илк кунларида асосий ва қўшимча хизматлар бўйича тушунтириш ишларини олиб бориш учун туристлар билан гиднинг учрашувини ташкил этиш.

Буларнинг барчаси жуда самимий тус олади ва туристлар учун жозиба кашф этади.

Хизмат кўрсатишни ташкил қилишда озодлик тамойилини инобатга олиш жуда муҳимдир, яъни саёҳат чоғида барча кўнгилсиз нарсалардан озод бўлиши лозим. Масалан, туристларни транспортга билетлар буюртмасидан, концерт ва театрларга билетлар буюртмасидан, ҳар қандай турдаги хизматларни кутишидан бутунлай холос қилиш лозим.

Хизмат кўрсатишнинг оптималлиги меҳмондўстликка алоқадор бўлган истеъмолчи хусусиятларидан бири. Хизмат кўрсатишнинг оптималлашуви қўйидагиларни назарда тўтади:

- барча хизмат турларининг ягона даража (класс)га мос келиши;
- барча хизматларнинг тур мазмунига мос келиши;
- турнинг истеъмолчиларнинг маълум мақсадли гуруҳига йўналтирилганлиги;
- хизмат кўрсатиш дастурини олдиндан келишиш;
- дастурларнинг қайишқоқлиги (элсатилиги) у ёки бу хизматларни алмаштириш имкони мавжудлиги;
- тақдим этиладиган хизматлар сони бўйича хизматларнинг мақсадга мувофиқ таркиби;
- хизмат кўрсатишда мажбурийлик аломатларининг йўқлиги;

Ушбу тамойилларнинг барчасини туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш босқичидаёқ инобатга олиш муҳимдир. Бунда нотўғри тайёрланган маҳсулотга

нафақат талаб мавжуд бўлмаслиги, балки бундай маҳсулот ташкилотдан бўлажак потенциал мижозларнинг ихлосини ҳам қайтариши мумкинлигини унўтмаслик лозим. Бугунги кунда туристик бозорда ҳукм сўраётган рақобат шароитида юқоридагилар кучли омил бўлиб ҳисобланади.

2 - жадвал

Туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси

Тур типлари	Турист мақсадлари	Мисоллар
Фаол дам олиш	<ul style="list-style-type: none"> • Спорт билан шуғулланиш; • Саргузашт; • Янги ҳиссиётлар; • Фикрдошларни қидириш. 	Альпинизм, спелиотуризм ва бошқалар.
Пассив дам олиш	<ul style="list-style-type: none"> • Экологик ажойиб жойларда саёҳат; • Табиатда ором олиш. 	Курортларда дам олиш
Даволаниш	<ul style="list-style-type: none"> • Комфорт шароитда дам олиш; • Пархезли овқатланиш; • Организмни соғломлаштириш. 	Санаторияларда даволаниш
Танишув туризми	<ul style="list-style-type: none"> • Турли мамлакат ва минтақаларнинг маданияти, анъана ва одатлари билан танишиш; • Музей, театр, кўргазмаларга бориш ҳисобига дунёқарашни кенгайтириш; • Янги танишувлар. 	Европа пойтахтлари ўртасида автобус турлари
Хорижда таълим олиш	<ul style="list-style-type: none"> • Сертификат, диплом, лицензия олиш. 	Мальтада инглиз тили курслари
Зиёратчилик туризми	<ul style="list-style-type: none"> • Ибодат қилиш; • Расм-русумларда қатнашиш; • Диний зиёрат марказларига бориш. 	Ватикандаги турлар
Мавзули турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Умумий фикрдош қидириш; • Дунёқарашни кенгайтириш; • Тажриба алмашиш. 	Овчилар, балиқчилар учун турлар
Рурал турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Табиат билан уйғунлик; • Соғлиқни тиклаш; • Экологик тоза маҳсулотлардан фойдаланиш. 	Финляндиядаги коттежларда дам олиш
Интенсив турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Фаол ишчиларни мукофатлаш; • Иш сифатга боғлиқ ҳолда; • Ўзаро ҳамкорликни ривожлантириш. 	Ғолибларга турли мукофот ва йўлланмалар бериш
Экотурлар	<ul style="list-style-type: none"> • Табиат билан уйғунлик; • Минтақалардаги флора ва фауна билан танишиш. 	Қўриқхона ҳудудларига экскурсия
Экстеримал турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Ҳаёт ва соғлиқ учун хавфли. • Адреналинни кучайтириш. 	Альпинизм
Жамоавий дам олиш	<ul style="list-style-type: none"> • «Буюртмали» дам олиш; • Юқори даражадаги комфорт ва сифатли хизмат кўрсатиш; • Кўп мақсадли турлар (дам олиш, спорт, экскурсия ва бошқалар). 	Гавайи оролларидаги клубли турлар

9.2. Турларни режалаштириш ва шартномали режа.

Янги мўлжалланган жойга турларни ташкил этиш тўғрисида қарор қилишдан олдин туристик фирма маркетинг тадқиқотларини ўтказди. Истеъмолчилар нимани афзал кўриши ва талаб эҳтиёжлар, тенденциясини аниқлаш зарур. Бу харидор (турист)ни барча эҳтиёжларини янада тўлиқ қондириш учун турпакетни шакллантиришга ёрдам беради. Бу тадқиқотлар турларни режалаштириш жараёнини тўғри йўналтиришга ва хизматлар етказиб берувчилари билан компанияни шартномалар юритишга ёрдам беради.

Тайёргарлик ишлари янги дастур бўйича, янги маршрут бўйича ёки янги давлатга туристларни биринчи жўнатиш амалга оширилишидан 2 ва ундан ортиқроқ йил олдин бошланади.

1 - жадвал ташаббускор туроператорларни янги ёзги туроперейтинг дастури учун типик вақтинчалик шкласи тасвирланган.

Хизматларни шерик-етказувчилари билан ўзаро муносабатлар шартнома шаклида (шартномалар тузиш йўли билан) расмийлаштирилади. Ҳар бир иш (меҳнат фаолияти) йилида (ёки бошқа иш даврида) шартнома тузилаётган вақтда шартнома компанияси илгари туради.

Шартнома компаниясидан олдин одатда қўйидаги бўлимлардан иборат бўлган шартнома режаси тузилади:

- шерикнинг номи;

Ишларни аниқ турлари кўрнишлари:

- Шартномага амал қилиш муддати;
- Шартномаларни тузиш муддати;
- Ўта ўзига ҳос муҳим маълумотлар;

3 - жавдал

Ташаббускор туроператорнинг янги ёзги туроперейтинг дастури учун типик вақтинчалик шкласи

Фаолият турлари	Йиллар	Муддат	Ишларнинг аниқ турлари
Режалаштиришнинг илмий-тадқиқот ишлари	1 чи йил (турни жорий қилишдан 2 йил олдин)	Июн-август, Сентябр-декабр	Маркетинг тадқиқотлари. Пакетли турларни келажак тараққиётига таъсир қилувчи иқтисодий факторларни ўрганиш, қабул жойини эҳтимолли танлашни белгилаш
Музокара - ларни режалаштириш	2 чи йил	Январ, Феврал, март Апрел, май	Маркетингни иккинчи босқичи: муқобил мўлжалланган жойларни ҳар томонлама таққослаш, уларни танлаш. Мўлжалланган жой, отеллар, уларни сиғими, тур давомийлиги, мавсум бошланиши, жўнатиш вақти тўғрисида қарорлар қабул қилиш. Брошюралар буклетларни дизайни ва улчамлари, уларни наشري, уларни тайёрлаш муддати тўғрисида қарор қабул қилиш. Брошюра ва буклетларни расмийлаштириш учун танлов эълон қилиш. Чартер рейслари тўғрисида авиалиниялар билан музокара олиб бориш. Трансферт, экскурсион операторлар бўйича

			сервис хизматлари, отеллар билан шартномалар олиб бориш
Буклетларни ва персанални тайёрлаш бўйича ишлар		Июнь, июл, август, Сентябр, октябр	Отеллар, авиалиниялар, сервис хизматлари билан трансферт, экскурсия ва бошқа бўйича шартномаларни расмийлаш-тириш. Буклет ва брошюраларни намунавий нусхасини тайёрлаш ва нашр қилиш. Дизайн бўйича таклифлар ва расмийлаштириш студиясидаги ишлар буклет/каталогни ишлаб чиқиш. Инфляция ва валюта курсига боғлиқ равишда турни сотиш нархини баҳолаш. Бронлаш бўйича хизматчиларни тайёрлаш. Турни сўнги нархини ҳисоблаш (печат учун). Буклет/каталогни печатлаш. Бронлаш тизими яратилиши
Силжитиш (хаакатлан-тириш)	3 чи йил	Январ, март Феврал, март, апрел.	Нашрдан чиқарилган (нашр қилинган) брошюраларни бозорда тарқатиш. Сотилган бошланғич ҳаракатлантириш. Оммавий ахборот воситаларида турни биринчи нашр қилинган рекламаси. Сотиш ва рекламани юқори чўққиси. Вакилларни курортларга ўқитиш ва уларни тўплаш янги тур бўйича биринчи жўнатув

Бу режа реал ҳолатни тузишни турга хизматларни таъминлаш бўйича туристик фирма ходимларни ҳаракат схемасидир. Шартнома режасини таркиби таклиф қилинаётган хизматлар ва турнинг кўринишига боғлиқ бўлади. Турларни бир неча кўриниши бўлганда биринчи навбатда турнинг ҳар бир кўриниши бўйича субрежалар тузилади, ундан сўнг эса шериклар шартнома тузиш муддати ёки географик тамойил бўйича гуруҳланади.

Шартнома режасини тузишдан олдин тахмин қилинаётган шериклар тўғрисида тасаввурга эга бўлиши, ҳамда музокаралар босқичида шартномалар тузишга тайёр туриш керак.

Шартнома компанияларни истиқболли қайта ишлашда туристик фирмалар туристик-меҳмонхона йўналишдаги турли справочник ахборот тўпламидан кенг фойдаланади, меҳмонхона бизнес спровочниги ўз таркибига туристларга тақдим этилаётган асосий хизмат турлари кўрсатилиб дам олиш ва саёҳат қилишни ташкил этиш имкониятлари, жойлаштириш ва меҳмонхона хизматлари бўйича маълумотларни олади. Узлуксиз тарзда миллий, маҳаллий ва корпаратив спровочниклар ҳам нашр қилинади. Йўл кўрсатувчилар, маршрут спровочниги, диққатга сазовар жойлар маҳаллий воқеалар календари яъни турларни ташкил этиш ва хизмат кўрсатиш дастурларида фойдаланиладиган барчаси туроператорлар шартнома режаларини тузишда ва янги маршрутларни ишлаб чиқишда фойдаланиладиган адабиётлар бўлиб ҳисобланади.

9.3. Саёҳатларни лойиҳалаштириш.

«Туристтик-экскурсион хизмат кўрсатиш. Туристтик хизматларни лойиҳалаштириш» 28681.1-95 ГОСТ ига мувофиқ саёҳатни лойиҳалаштириш

туристлар талаблари билан бу лойиҳалаштиришни амалга оширадиган корхона имкониятларининг ўзаро мувофиқлашувини кўзда тутди.

Мазкур ГОСТда кўрсатиладики, лойиҳа ҳужжатлари «Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисидаги» Қонунга мувофиқ туристлар ҳаёти, мулки ва соғлиги яъни, атроф-муҳитни ҳимоя қилишни таъминлайдиган ҳавфсизлик талабларини ўзида мужассамлаштириши лозим.

Хизматларни лойиҳалаштириш асоси бўлиб вербал модел (ёки қисқача таърифи), яъни хизматлар бозорини ўрганиш натижасида аниқланган, буюртмачи билан келишилган ва хизматларни бажарувчи имкониятларини ҳисобга оладиган талаблар тўпламидир.

Хизматлар тавсифи тегишли хизматлар турига тўлган давлат стандарти талабларидан паст бўлмаслиги лозим. Лойиҳага хизматлар ҳавфсизлигини таъминлаш бўйича, хизматлар истеъмолчилари ва уларнинг мулклари, хизмат кўрсатувчи персоналлар, атроф-муҳит учун ҳавфли минималлаштириш бўйича аниқ талабларни қўшиш керак.

Туристларга исталган хизмат кўрсатиш турига бўлган талабларни акс эттирадиган ҳужжатларда қуйидагилар бўлиши лозим:

- туристларга хизмат кўрсатиш усуллари, шакллари ва жараёнларнинг тасвирланиши;
- туристларга хизмат кўрсатиш жараёнлари тавсифномалари;
- фойдаланиладиган жиҳоз (ускуна)ларнинг қабул қилиш қобиляти ва миқдори, турга талаблар;
- персоналларнинг зарур миқдори ва уларнинг профессионал тайёргарлик даражаси;
- хизмат кўрсатишнинг шартнома таъминоти;
- туристларга хизмат кўрсатиш кафолатлари;
- рекреацион ресурслар эгалари, санитария-эпидемиология назорати органлари. Ёнғин ҳавфсизлиги назорати ва бошқа ташкилотлар билан келишилганлик.

Туристларга хизмат кўрсатишнинг аниқ талаблари амалдаги меъёрий ҳужжатлардагидан паст бўлмаслиги лозим.

Туристларга хизмат кўрсатиш жараёнларини лойиҳалаштириш хизматлар кўрсатилишининг алоҳида босқичлари бўйича амалга оширилади ва уларнинг бир-бирига технологик карталар тузилади. Туристлик хизматларни лойиҳалаштириш натижаси технологик ҳужжатлар (технологик хариталар, инструкциялар, қоидалар, регламент ва ҳ.к.) ҳисобланади.

«Туристлик саёҳат» хизматини лойиҳалаштириш икки босқични кўзда тутди:

- 1) "туристик саёҳат" хизматига кирадиган ҳар бир хизматни туристларга хизмат кўрсатиш дастурига мувофиқ равишда лойиҳалаштириш.
- 2) "туристик саёҳат" хизматини бир бутун ҳолда лойиҳалаштириш. Турист талабига биноан хизматларни лойиҳалаштиришда хизматларни бажарувчи-корхона имкониятларини ҳисобга олиш лозим.

"Туристлик саёҳат" хизматининг қисқача таърифи аҳолининг талаблари ва тўлов қобилятини, туристик саёҳатларга бўлган талабини, шунингдек, маълум регионнинг рекреацион ресурслари имкониятларини ўрганиш асосида

тузилади. У туристларга хизмат кўрсатиш дастури лойиҳасида янада аниқлаштирилади.

Хизмат кўрсатиш дастурини ишлаб чиқишда қуйидагилар аниқланади:

- саёҳат йўналиши;
- хизматларни бажарувчи туристик корхоналар рўйхати;
- ҳар бир хизматларни бажарувчи корхонанинг хизматлар кўрсатиш даври;
- экскурсиялар ва диққатга сазовор объектлар таркиби;
- туристик сафарлар, сайрлар рўйхати;
- ҳордиқ чиқариш тадбирлари комплекси;
- йўналишнинг ҳар бир пунктида бўлиш давомийлиги;
- саёҳатга чиқадиган туристлар сони;
- ички ташувлар учун транспорт турлари;
- гидлар, экскурсоводлар, хорижий вакиллар, инструкторлар, таржимонлар ва бошқаларга, шунингдек, уларни тайёрлашга бўлган эҳтиёж;
- транспорт воситаларининг зарур сони;
- туристик йўлланмаларнинг маълумот варақалари учун саёҳатни тасвирлаш шакли, реклама ва маълумот материалларини тайёрлаш тартиби, уларнинг сони ва ҳ.к.

Туризмни лойиҳалаштириш натижасида қуйидагилар тўғри таркиб топиши лозим:

- а) туристик саёҳатларнинг технологик хариталари (1-илова);
- б) хизматлар етказиб берувчи корхона бандлиги графикаси (2-илова);
- в) туристик йўлланмадаги маълумот варақаси (4-илова);
- г) туристларга хизмат кўрсатиш дастурлари.

Туристик хизматларга умумий талаблар "Туристик-экскурсион хизмаи кўрсатиш. Туристик хизматлар. Умумий талаблар" 28681.2-95-ГОСТ ида келтирилган бўлиб, мажбурий ва тавсия қилинадиган талабларга бўлинади.

Мажбурий талаблар - туристлар ҳаёти ва саломатлигининг хавфсизлиги, улар мулкларининг сақланиши ва атроф-муҳитнинг ҳимоя қилинишидир.

Тавсия қилинадиган – белгиланишига мувофиқлиги, бажарилишининг аниқ ва ўз вақтида бўлиши, комплекслилик, хизмат кўрсатувчи персоналларнинг ахлоқлилиги, қулайлик, эстетиклик, эргономиклигидир.

Кўрсатиладиган туристик хизматлар истеъмолчилар учун кўшимча қулайликлар, қизиқарлилик ва хизматлар нуфузлилигини назарда тутадиган талабларга мос келиши лозим. ГОСТда бу талабиар тавсия қилинадиган қилиб белгиланганига қарамай, ҳақиқатда улар бажаришга мажбурий ҳисобланадилар.

Қуйида бу талабларга изоҳ келтириб ўтилган.

Белгиланишига мувофиқлиги. Туристик хизматлар, улар мўлжалланган истеъмолчиларнинг жисмоний имкониятлари ва кутишларига мувофиқ келиши. Бажарилишининг аниқ ва ўз вақтида бориши. Истеъмолчиларга кўрсатиладиган туристик хизматлар ҳажми, муддати ва шароитлари бўйича йўлланмада, чипта ёки квитанциядаги талабларга мос келиши лозим,

Комплекслилик. Туристтик хизматларни кўрсатиш нафақат асосий хизматларни, балки истеъмолчилар ҳаёти таъминотининг нормал шароитларини яратадиган қўшимча хизматларни ҳам олиш имкониятини таъминлаши лозим.

Хизмат кўрсатувчи персоналларнинг ахлоқлиги. Хизмат кўрсатувчи персонал ўзини тутишнинг этика меъёрларига риоя қилиши лозим. Истеъмолчига персоналларнинг мулоимлиги, яхши муносабати, коммуникабеллиги кафолатланган бўлиши керак.

Қулайлик. Туристтик хизматлар истеъмолчилар учун яратилган қулай шароитларда кўрсатилиши лозим.

Эстетиклик. Туристтик корхона ҳудуди, биноларнинг бадий ечими, йўналиш кенг кўламда ташкил этилиши, хизмат кўрсатувчи бинолар интерерини безатилишининг композитцион уйғунлиги ва архитектуравий яхлитлиги талабларига мувофиқ бўлиши лозим. Хизмат кўрсатувчи персоналларнинг ташқи кўриниши ва нутқ маданияти эстетикаси талабларига жавоб бериши керак.

Эргономиклиги. Хизмат кўрсатиш давомийлиги, туристик ва экскурсион йўналишларнинг давомийлиги ва мураккаблик даражаси, туристларга бериладиган жиҳозлар ва нарсалар, фойдаланиладиган транспорт воситалари, мебел ҳамда бошқа жиҳозлар туристларнинг жисмоний-психологик имконияларига мос келиши лозим.

Туризмда хизматларни лойиҳалаштиришда, албатта, туристларга хизмат кўрсатиш сифатини назорат қилиш усуллари кўзда тутилган бўлиши керак. Сифатни назорат қилишни лойиҳалаштириш ўз ичига қуйидагиларни олади:

- хизмат кўрсатиш жараёнида хизматлар таснифига сезиларли таъсир кўрсатадиган муҳим жиҳатларини аниқлаш;
- хизматлар таснифларини тўғрилаш усуллари аниқлаш;
- назорат қилинадиган таснифларни баҳолаш усуллари аниқлаш.

Назорат қилиш усуллари: визуал (йўналиш ва объектларни кўриб чиқиш); аналитик (ҳужжатларни таҳлил қилиш); ижтимоий (туристлар ва персоналлар орасида сўровлар ўтказиш) ва бошқалар бўлиши мумкин.

Хизматларни лойиҳалаштиришнинг охириги босқичи лойиҳадаги номутаносибликларни аниқлаш ва ўз вақтида олдини олишга қаратилган таҳлил ҳисобланади. У туристик корхонанинг тегишли функционал бўлинмалари вакиллари томонидан амалга оширилади.

Туристтик хизматлар ва туристларга хизмат кўрсатиш жараёнларини лойиҳалаштириш ҳужжатларини туристик корхона раҳбари буюртмачи билан келишган ҳолда тасдиқлайди. Лойиҳани ўзгартиришга фақатгина буюртмачи билан келишилган ҳолда, асосли ҳолатлардагина йўл қўйилади ва туристик корхона раҳбари томонидан тасдиқланади.

Мавзуни мустаҳкамлаш учун амалий машғулотлар:

1. Ўзбек туроператорларининг иккита хил туристик маҳсулотни (турини) олинг ва уларнинг истеъмолчилик хусусиятларини баҳоланг. Уларни таққосланг ва хулоса қилинг.
2. Тадқиқот қиланаётган турлардаги хизматлар оптималлигини баҳолаб хулоса чиқаринг. Қайси ҳолларда оптималроқ дастур таклиф этилади? Бу ишлаб чиқаришнинг қайси омилларига боғлиқ?
3. Тадқиқот қиланаётган турларнинг ҳар бирида меҳмондўстликни таъминлаш режа дастурини ишлаб чиқинг.
4. Сизнинг туристик фирмангиз 6 кунга мўлжалланган янги “Самарқанд мўжизаси” номли хобби-тур ишлаб чиқди. Бу турнинг хизмат кўрсатиш дастури дарсликнинг ўтган бобидаги топшириқда берилган, турнинг фаолият кўрсатиш муддати – йил давомида.
Сизнинг вазифангиз – қуйидаги схема асосида мазкур турни ташкил этиш бўйича фирманинг шартнома режасини тузиш.

№	Шерик-нинг номи	Шарномани асосий предмети	Шартномани ҳаракат фаолият кўрсатиш муддати	Шартнома тузиш муддати	Ўзига хос муҳим маълумотлар

Таянч сўз ва иборалар: тур, индивидуал турлар, гуруҳли турлар, турларни режалаштириш, саёҳатларни лойиҳалаштириш, туроперейтинг дастури.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Турни лойиҳалаштириш деганда нимани тушунасиш?
2. Тур қандай қонун ҳужжатлари билан аниқланади?
3. Туристларга хизмат кўрсатиш жараёнида қўйиладиган талабларни деталлаштирадиган ҳужжатлар ичига нималар киради?
4. Тур қандай лойиҳалаштирилади ва қандай ҳужжатлар билан расмийлаштирилади?
5. Лойиҳалаштирилган хизматлар ва хизмат кўрсатиш жараёнлари ҳужжатларини ким тасдиқлайди?

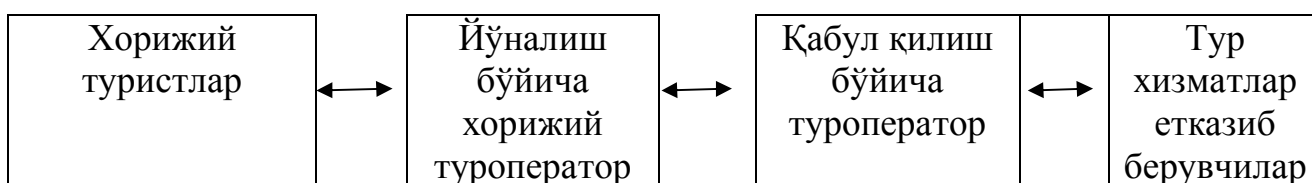
Х.Мавзу.Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари

Режа:

- 10.1. Халқаро турларни ташкил этиш.
- 10.2. Туристтик агентликлар иш технологияси ва функциялари.
- 10.3. Туристтик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли.

10.1.Халқаро турларни ташкил этиш.

Халқаро туристик саёҳатларни ташкил этишда бир мамлакат туристик фирмаси бошқа мамлакат туристик фирмаси билан ҳамкорлик қилади. Бу туристик фирмалар ўртасидаги алоқа қуйидагича кўриниш олади:

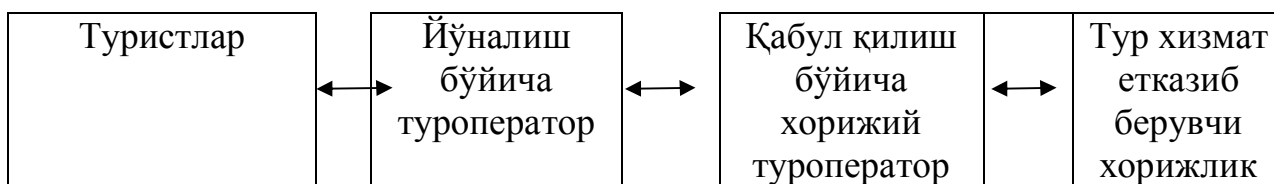


3-чизма.Хорижий туристларни қабул қилишда миллий ва хорижий турфирмаларнинг ўзаро ҳаракати схемаси.

Схемада кўрсатилган туроператорлик функцияси қуйидагича тақсимланади:

1) Хорижий туроператор ўз мамлакати чиқиш туризми бозорида турмахсулот сотиш ва ҳаракатини таъминлайди ва туристларни халқаро ташишни ташкил қилади;

2) Туроператор турмахсулотни шакллантиради ва хизматлар пакетига нарх қўяди, шунингдек келган хорижий туристларга сифатли хизмат кўрсатишни ташкил этилишини таъминлайди.



4-чизма.Миллий туристларни хорижга юборишда миллий ва хорижий турфирмаларни ўзаро ҳаракати схемаси.

Келтирилган схемага мувофиқ:

1) чиқиш туризми бозорида туроператор хорижий тур маҳсулотни сотиш ва ҳаракатини таъминлайди ва туристларни халқаро ташкил қилади;

2) хорижий туроператор туристик маҳсулотни шакллантиради, хизматлар пакетига нарх белгилайди ва қабул қилишни ташкил этилишини ва туристларга ўз мамлакатада хизмат кўрсатилишни таъминлайди.

Бу бўғиндан хорижий операторни чиқариш мумкинми? Бу саволга назарий жиҳатдангина ижобий жавоб бериш мумкин. Негаки хорижий туроператор функциясини бажариш учун миллий турфирмага чет элда хусусий фирмасини очишга тўғри келади, бу унинг учун йўл қўйиб бўлмайдиган харажатларни қилишга олиб келади ёки ҳар бир меҳмонхона компанияси, экскурсия бюроси ва бошқалар билан уларнинг хизматларини ягона турмаҳсулотга барча йўналишлар бўйича бирлаштириб, алоҳида бевосита алоқани йўлга қуйиши зарур бўлади. Бу шубҳасиз, техник ишлар ҳажмини кескин кўпайтиради ва бирор бир иқтисодий самара кўришга имкон бермайди. Турли мамлакатлар туристик фирмалари ўртасида ҳамкорлик уюштириладиган халқаро туризм тараққиёти асосидир. Бундай ҳамкорлик барча мамлакатларда кенг қўлланилади ва халқаро иқтисодий ҳамкорлик тараққиётига сезиларли ҳисса қўшади.

4-жадвал

Туристтик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш

Сегмент	Сегмент талаблари	Сегмент билан ишловчи туроператор имкониятларига талаблар
Транспорт афзалликлари хусусиятлари бўйича сегментлаштириш		
Авиатурлар	<ul style="list-style-type: none"> - учиш хавфсизлиги; - тўғри авиарейслар ёки маршрут бўйича қулай хизматлар мавжудлиги; - таклиф қилинаётган жойлаштириш воситалари ва тур дастурларининг турли ассортименти; -аэропротда хизмат кўрсатишни ташкил қилиш. 	<ul style="list-style-type: none"> -Авиакомпания билан шартнома муносабатларининг мавжудлиги (авиачипталарнинг сотилиши ҳақида ёки чартер ташишларни ташкил қилиш); - авиаташувчиларнинг ижобий имиджи; - учиш ва қўниш жойларига трансферлар.
Автотурлар	<ul style="list-style-type: none"> - қизиқарли маршрут; - автотурга юбориладиган гуруҳларнинг географик жойи; - турнинг арзонлиги. 	<ul style="list-style-type: none"> - автотурни ташкил қилиш тажрибаси ва лицензияга эга автоташувчилар билан алоқалар; -гуруҳни оператор ходимлар билан кузатиб бориш зарурияти.
Темир йўл турлари	<ul style="list-style-type: none"> - поезд ҳаракати давомида тўлиқ сервис; - тур маршрути ва йўлда хизмат қилиш классификацияси; -жўнатиш, келиш жойлари; - турда кўчиб ўтиришнинг мавжудлиги ва тўхташ жойларининг давомийлиги. 	<ul style="list-style-type: none"> - темирйўл чипталарини тарқатиш бўйича шартлашув, прицеп вагонлари ёки туроператорларни ташкил қилиш имкониятлари; - гуруҳ турларини ташкил қилиш бўйича операторнинг бозор имкониятлари; - гуруҳни оператор ходимлар билан кўрсатиб бориш зарурияти; - сафарда туристларнинг дам олишини ташкил қилиш зарурияти.
Круизлар	<ul style="list-style-type: none"> - қизиқарли маршрут; - туристларнинг ташкиллаштирилган дам олиши, экскурсион дастур; 	<ul style="list-style-type: none"> - операторда кема компанияси билан шартноманинг мавжудлиги; - ходимларнинг ташкилотчилиги - ги, бортда тадбирларни ташкил

	<ul style="list-style-type: none"> - овқатланиш сифати; -каюталарнинг категорияси ва яшаш сифати; - круизга жўнатиш жойи. 	<ul style="list-style-type: none"> қилиш усули; - жўнатиш жойи ва кутиб олиш хизматини ташкил қилиш.
Дам олиш	<ul style="list-style-type: none"> - дам олиш учун меҳмонхоналарнинг кенг ассортименти; - режалаштирилган дам олишнинг жойи, рекреацион ресурслар -нинг таъсир қилиш хусусият -лари; - дам олишни ташкил қилиш; - сифатли овқатланиш. 	<ul style="list-style-type: none"> - ҳудуднинг рекреацион хусусиятларини билиш; -кўплаб меҳмонхоналар билан ишчанлик ва шахсий алоқаларнинг мавжудлиги; - офисда керакли ҳужжатларнинг мавжудлиги.
Даволаниш	<ul style="list-style-type: none"> - режалаштирилган дам олиш жойлари, ресурсларининг балонеологик самараси; -даволаниш услублари -нинг рўйхати; - санаторияларнинг кенг ассортименти ва уларда яшаш шароитлари. 	<ul style="list-style-type: none"> -курорт ва алоҳида даволаниш профелини билиш; - даволаш базаси ва санаторияларда жойлаштириш ҳамда озиклантириш сифати;
Танишув турлари	<ul style="list-style-type: none"> - қизиқарли маршрутлар; -экскурсия дастурларининг кенг танлови; - туристик марказларда меҳмонхоналарнинг қулай жойлашиши. 	<ul style="list-style-type: none"> - экскурсион ҳужжатларнинг мавжудлиги ва турмарказлар ва экскурсияда турларнинг тўлиқ тасвирлаб бериш; - гуруҳ экскурсияларини ташкил қилиш тажрибаси, сайёҳлик марказларида гидларнинг мавжудлиги
Таълим олиш	<ul style="list-style-type: none"> - таълим олиш даврида яшашнинг шароитлари; - таълим олиш жараёнини ҳужжатлаштириш вариантлари (диплом, сертификатлаш, лицензиялари) ва уларни чет элларда апробация қилиш; 	<ul style="list-style-type: none"> - хизматлар сифати кафолатланган чет эл ҳамкорлари билан шартнома алоқалари мавжудлиги
Клубли дам олиш	<ul style="list-style-type: none"> - клуб инфратузилмаси, у такдим этаётган хизматлари ҳақида ахборот 	<ul style="list-style-type: none"> - клуб билан шартнома алоқалари мавжудлиги; - жойлашган офиснинг мавжудлиги
Таймшер	<ul style="list-style-type: none"> - таймшер – сертификат соҳибларига тўлиқ хизмат кўрсатишни ташкил қилиш; -таймшер соҳиблари статуси тўғрисида максимал реал ахборот олиш; - дам олиш жойларини тез ва бирдан оммалашини ташкил қилиш. 	<ul style="list-style-type: none"> - потенциал мижозлар билан ишнинг махсус шароитларига риоя қилиш (кўпинча презентация шаклида); - мижозларнинг виза ва транспорт ҳимоясини кўрсатиш имкони; - фирманинг барча имконият -ларини ҳисобга олиш зарурлиги.

Рурал турлар	-дам олиш даврида сифатли ташкил қилинган дам олиш; - турларни буюртма учун тақдим этиш мақсадга мувофиқлиги; - у ёки бошқа жойлардаги дам олишнинг хусусият - лари бўйича тўлиқ тур-пакет ва максимал ахборот турлари.	- жойни ва жойлашиш воситаларини шахсан билиш; - ходимларнинг ташкилочилик хусусиятлари ёки ижодиёт жамоалари билан ишлаш малакаси (сайёҳларнинг дам олишини ташкил қилиш).
Зиёрат турлар	- кизиқарли маршрут ташкил қилиш; -турда кизиқарли экскурсия дастурларининг мавжудлиги;	- зиёратчилар учун мумкин бўлган имтиёзлар ва чегирмалар тўғрисида ахборотни билиш; - дин масаласида ходимлар - нинг компетентлиги.
Инсентив турлар	- турлар нархи ва сифатининг оптималлиги; - оилалар билан сафар қилиш имкони.	- гуруҳли мижозлар билан фаол ишлаш.
Экстрим турлар	- таклиф этилаётган маршрутларнинг хавфлилик даражаси ва имкони.	- инструктор ва кузатиб борувчиларнинг мавжудлиги; - спорт ва туристик жиҳозларни ижарага олиш имкони.
Ишчан турлар	- турларнинг қисқалиги; - яқка сафарлар; - сафар вақтида бизнес билан шуғулланиш учун шароитлар; - таклиф этиладиган меҳмон - хоналарнинг жойлашиши.	- ишчан одамлар, йирик фирмалар билан ишлаш тажрибаси; - иш сифатининг кафолатланганлиги, тезлиги ва аниқлиги.
Шоп турлар	- сафар маршрути; - юкларни ўтказиш шартлари; - бир жойда тезда юк сотиб олиш имкони; - юкларни текширув пунктларига расмийлаштиришда имтиёзлар мавжудлиги	- мамлакат текширув органлари билан ишлаш тажрибаси.
Саб-турлар	- сафар маршрути ва мавзуси; -ҳамроҳлар ва уларнинг қизиқишлари; -жойлашиш воситаларини танлаш; -мавзули экскурсиялар - нинг сони ва сифати.	- оператор ходимларнинг ижодий хусусиятлари; - жамоатлар, тўғарақлар, фуқаролар уюшмалари билан алоқаларнинг мавжудлиги.

Агент битими. Туроператор ва турагент ўртасида ҳамкорлик агент битими асосида олиб борилади. Бу битимда томонларнинг ўзаро асосий ҳамкорлик принциплари – турларни сотиш, бир – бирларининг ва туристлар олдида уларнинг бурч ва ҳуқуқлари белгилаб олинади. Агент битимининг нисбатан кўпроқ тарқалган формуласи қуйидагилар ҳисобланади:

Туроператор ҳуқуқ беради, турагент эса ўз номидан туроператорнинг турларини сотиш мажбуриятини қабул қилади ва маъсулиятни буйнига олади.

Эвазига туроператор томонидан комиссия тақдирлар олади. Бундай формула шуни белдирадики:

- турист билан тузиладиган олди-сотди шартномаси ва бошқа сафар хужжатларда турагент айтилиши керак;
- Турсотиш билан боғлиқ барча ишлаб чиқариш харажатлари ва чиқимлар турагент томонидан тўланади;
- турагент сотилган турни бажарилиши учун ўз харидори олдида бевосита жавобгардир.

Туроператор ўз томонидан турагентга ҳар бир сотилган тур учун комиссия тақдирлашни тулайди. Бундай тақдирлаш миқдори турни сотиш нархига фоиз ҳисобида белгиланади ёки қайд қилинган сумма кўринишида тўланади. Туроператор шунингдек турагент олдида сотилган турни бажариш чоғида вужудга келадиган туристга етказилган моддий ва маънавий зарар учун тўлиқ жавоб беради.

Битим объекти. У туроператорнинг турларни сотиш ва бронлаштириш тартиби ва сонининг руйхатини белгилайди, масалан:

- туроператор йиллик каталогига мувофиқ ёки чекланган турлар руйхатига асосан турларни сотиш;
- турагентдан тушган буюртма ва туроператорда мавжуд бўш ўринларга қараб турларни сотиш;
- турагент томонидан унга қатъий биркитилган ўринлар квотаси бўйича турларни сотиш. Бу ҳолда турагент ажратилган ўринлар квотасини туроператордан қўшимча тасдиқ олмасдан сотиш ҳуқуқига эга.

Турлар нархи. Томонлар рекламада эълон қилинган турларнинг ҳар бири бўйича ягона нарх ҳақида келишиб олишади. Ҳеч бир томон бу нархларни ошириш ёки камайтиришга ҳақли эмас. Турагент белгиланган нархга туристнинг илтимоси билан кўрсатилган қўшимча хизматлар учун нарх қўшиш ҳуқуқига эга. Масалан, туристнинг яшаш жойидан гуруҳ йиғиладиган жойгача ва қайтиш қийматига.

Комиссион тақдирлашлар. Улар турагент ва туроператор ҳамкорлиги шартларининг негизи ҳисобланади. Комиссион тақдирлаш икки функцияни бажаради: биринчидан, турагентнинг ягона даромад манбаи бўлиб хизмат қилади; иккинчидан, уни фаол ишлашга рағбатлантиради. Агар турагент ўзини комиссия тақдирланиши ошишидан манфаатда бўлса, туроператор учун ҳар қандай комиссия оширилиш унинг шахсий даромадининг камайтишини билдиради. Туроператор ва турагент ўртасидаги муносабатларда ҳамisha дифференциялашган, тамоил жиҳатидан прогрессив комиссия қўлланилади: турагент қанча кўп тур сотса, унга тўланадиган комиссия тақдирлаш шунча юқори бўлади. Комиссион тақдирлашнинг қуйидаги турлари мавжуд:

- туроператор ва турагент ҳамкорлигининг дастлабки босқичида ўсиб боровчи ҳажм учун минимал даражада базавий комиссия;
- номавсумий турларни сотишни рағбатлантириш учун қўшимча номавсумий комиссия қўлланилади;
- қўшимча комиссия гуруҳ турларни (15-20 киши) сотиш учун ҳам тўланади;

- кўшимча комиссия турларни сотишнинг йиллик ҳажмига мувофиқ мўлжалдан зиёди учун ҳам кўзда тутилади (ретрафаол комиссия);
- кўшимча комиссия турагентнинг барқарор иши учун тўланади.

Комиссион тақдирлашдан ташқари, турагент ишини рағбатлантириш учун бошқа рақобатлантириш чораларидан ҳам фойдаланилади, масалан, бонуслар тўлаш, яъни турларни белгиланган ҳажм (норма)дан ортиқ сотиб, ошириб бажаргани учун қайд этиб қўйилган сумма тўлаш, бепул сафар йўлланмаси, қимматбаҳо сувенирлар билан тақдирлаш.

Ҳисоб – китоблар. Туроператорлар ва турагентлар ҳисоб-китоблари жойлашган манзилга қараб, нақд пул тўлаш ва бевосита банк ўтказмалари йўли билан амалга оширилди. Бунда шунингдек турагент томонидан комиссия тақдирлашни ушлаб қолиш тартиби ҳам аниқланади, аванс муддатлари ва якуний ҳисоб – китоблар, сотувлар ҳақида ойлик ҳисобот тартиби белгиланади.

Сафар ҳужжатларини расмийлаштириш. Бу шартлар туристнинг сафар учун зарур ҳаражатларни бериши ва расмийлаштириш тартибини белгилаш лозим. Мисол учун, туроператор халқаро сафар билетларини расмийлаштиришга, чиқиш визасини расмийлаштириш учун хорижий консулликка сўров билан чиқишга мажбур. Турагент турист билан ваучер, турпутёвка, маршрут варақаси ва банкларга шартнома расмийлаштиради.

Сафарни ўзгартириш ва бекор қилиш. Агент битимида эълон қилинган ва сотилган турларни туроператор, шунингдек турагент (турист) ташаббуси билан ўзгартириш ва бекор қилиш имкониятлари ҳам кўзда тутилган. Бу ҳолат учун чораларни жавобгар томон белгилайди (бекор қилиш муддати, бекор қилинганда жарима, ҳаражат ва қайтарилмайдиган сумма ҳажмлари ва бошқалар).

Томонлар жавобгарлиги. Хизмат кўрсатишга риоя этилиши, турист шикоятини кўриб чиқиш ва етказилган моддий ва маънавий зарар учун товон тўлаш, уларни вужудга келиши эҳтимоли барча ҳолатлари ва тузатиш учун зарур чораларни қамраб олади.

10.2.Туристтик агентликлар иш технологияси ва функциялари.

Юқорида айтиб ўтилди, чакана турагентлик ҳукуқий – ташкилий шаклларга тобе бўлмаган ҳолда туристик индустрия корхоналари томонидан ишлаб чиқиладиган, туроператор томонидан шаклланадиган алоҳида хизматларни ҳам, комплекс стандарт турлар (инклюзив - турлар) ни сотиш билан шуғулланади.

Кўпчилик хорижий мамлакатларда амалдаги қонунчиликка мувофиқ бундай турларни сотиш ҳукуқи фақат чакана турагентликларга берилган. Шунинг учун мазкур бизнес улар учун асосий фаолият тури ҳисобланади. Аммо турагентлар комплекс турларни чакана сотиш билан бир қаторда катта миқдорда турли хил туристик хизматларни сотишда ҳам иштирок этади. Уларнинг руйхатига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- музейга экскурсия, картиналар галерияси, архитектура ёдгорликлари шаҳар ташқарисига сайр ва бошқ.;
- саноат ва қишлоқ хўжалиги корхоналари ва ижтимоий-маиший, маданий оқартув муассасаларига экскурсия;

- ички ва халқаро транспорт билетларини сотиб олиш;
- гид (экскурсоводлар) ва гид-таржимонлар хизмати;
- меҳмонхона хизматлари ва қўшимча жойлаштириш воситалари хизматлари;
- умумий овқатланиш корхоналари хизматлари;
- автотранспорт прокати;
- хорижга чиқиш визаларини олишга сўровларни расмийлаштириш;
- суғурта полисларини сотиш;
- спорт ва маданий тадбирларга кириш билетлари сотиш;
- сувенирлар, почта откриткалари, йўл кўрсаткичлар, маркалар ва бошқ. сотиш;
- валюта алмаштириш;
- туристик ва спорт анжомларини ижарага олиш.

Шундай қилиб, турагентликнинг асосий функцияси – бу:

- туроператорлар, меҳмонхона ва транспорт корхоналари, экскурс бюролари, сайр-томоша корхоналари ва бошқа туристик хизматларни етказиб берувчилар билан улар ишлаб чиқадиган хизматларни чакана харидорларга сотиш ҳуқуқини олиш мақсадида агентлик муносабатларини ўрнатиш;
- ўзининг туристик хизматлар микро бозорида ҳаракатланишни ташкил қилиш, шу мақсадда почта рекламалари, телефон орқали мурожаат, шахсий алоқа ва бошқалардан фойдаланиш;
- потенциал харидорларни сотиладиган хизматлар ва уларни сотиш тартибидан хабардор қилиш;
- харидорларни танланган турлар (хизматлар) га талабнома олиш ва бу талабномаларни туроператор ёки бошқа хизматлар етказиб берувчиларга уларни бронлаштириш ва тасдиқлаш учун узатиш;
- харидордан тур (хизмат) учун тўлов ҳақ қабул қилингани тасдиғи олинганча, зарур турхужжатлар расмийлаштириш ва ўз вақтида туроператорга ёки бошқа хизмат етказиб берувчига тегишли сумма ўтказишга тақдим этилади, хорижга тур сотишда визани расмийлаштириш, туроператорга бериш учун харидорнинг хорижга чиқиш паспорти қабул қилинади;
- туроператор ёки бошқа хизмат етказиб берувчи ташаббуси билан турнинг ўзгартирилгани ёки бекор қилингани ҳақидаги маълумот харидорга етказилади;
- харидордан қабул қилинган ва туроператорга ёки бошқа хизматларни етказиб берувчига узатилган харидор талабномалари ўзгартирилиши ёки сотиб олинган тур (хизмат) ни бекор қилиниши;
- туроператор ёки бошқа туристик хизматларни етказиб берувчи олдида барча амалга оширилган сотувлар ҳақида мунтазам ҳисобот бериш;
- харидордан сотиб олинган хизматларни бекаму – кўст бажарилиши бўйича шикоятларни бартараф этишда кўмаклашади;
- турагентлик бозордаги вазият ҳақида, туристлар билдирган танқидий фикрлар ва истаклар тўғрисида ахборотлар йиғади ва уларни туроператор ва бошқа хизмат етказиб берувчиларга узатади.

Юқорида кўрсатилган халқаро туристик саёҳатларни ташкил қилишнинг анаъанавий таркиби билан бир қаторда (туроператорлар ва турагентликлар) бу соҳага бошқа соҳа ташкилотлари тобора кўпроқ кириб фаол ҳаракат қилишяпти. Бунда халқаро авиакомпаниялар, меҳмонхона занжирлари, банклар, суғурта жамиятлари, савдо уйлари, ўзларининг асосий вазифалари билан бирга туристик хизматлар сотиш билан шуғулланувчи савдо тармоқлари кўзда тутилмоқда. Масалан, авиакомпания авиа билет сотишда харидорга меҳмонхона, трансфер, берадиган манзилда экскурсия бронлаштиришни таклиф қилади. Бундай ташкилотлар учун умумий бўлган сабаб шуки ушбу соҳаларда ортиқча капитал ҳосил бўлган. Бу эса халқаро туризмни ривожлантириш учун кўп йиллар олдин истиқболларини ишлаб чиқишга қулай шароит яратади.

Туристтик бизнесга ўз капиталларини сарфлар экан, бу ташкилотлар аввало бошдан туристик бозорда рақобат курашида устунликка эришиш имконига эгадирлар. Негаки ўз хусусий сотиш тармоқлари (чакана сотиш пункти), масалан, билет кассаси, банк бўлиш, суғурта агенти, шунингдек яхши йўлга қуйилган автомат бронлаштириш тизими, қайсиким туристик хизматларни сотиш учун қўлланиладиган кенг имкониятларга эгадир. Бундай ноанъанавий саёҳат ташкилотчилари ролини глобал тараққиёт жараёнида ошиши, туристик бозорда туроператорлар ва турагентлар учун мураккаб вазиятнинг пайдо бўлишига олиб келади.

10.3. Туристтик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли

Барча саёҳатлар хоҳ ички, хоҳ халқаро туризмда бўлсин, уюштирилган ва уюштирилмаган сифатида баҳоланади.

Туристтик фирмалар воситачилиги ёки ёрдамида хорижга ёки ўз мамлакатига индивидуал ва гуруҳ бўлиб саёҳат қилиш **уюштирилган туризм** ҳисобланади.

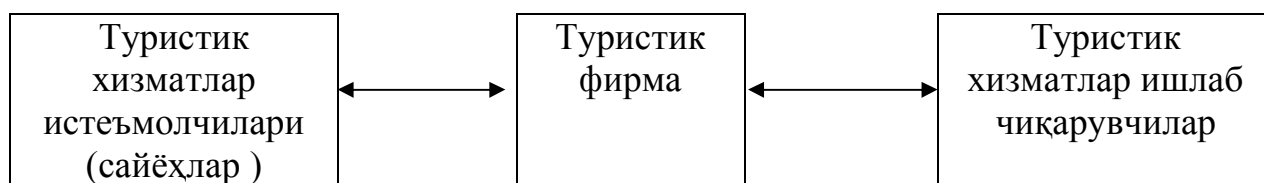
Индивидуал ёки гуруҳ бўлиб ўз мамлакати ёки хорижга иштирокчиларнинг ўзлари томонидан ташкил этилган саёҳат эса уюштирилмаган туризм ҳисобланади. Одатда туризмнинг бу категориясига нисбатан «хаваскор туризм» (оддий тилда «Ёввойилар») деган атама қўлланилади.

Уюштирилган ва уюштирилмаган туризм махсус статистикаси миллий ва халқаро масштабда юргизилмайди, аммо экспертлар баҳоси бўйича жаҳон туризми умумий ҳажмига уюштирилган туризмнинг 35 % га яқин, уюштирилмаган туризмнинг 65 % га яқин улушлари тўғри келади.

Уюштирилган саёҳат улуши ҳозирча уюштирилмаган сафарлардан анча орқада қолаётган бўлсада, мутлоқ рақамларда уюштирилган туризм кўпсонли оқимларни ташкил қилади ва йилдан йилга ортиб бораёпти.

Туристтик фирма – йиғма тушунча. Унинг замирида тадбиркорлик таркиби, туристик хизматлар олди-сотдиси соҳасида тижорий асосларда воситачилик операциялари билан шуғулланувчилар тушунилади. Туристтик фирманинг ўзи туристик хизматлар ишлаб чиқармайди. У бунинг учун зарур ишлаб чиқариш воситаларига эга эмас. Шунинг учун у соф воситачилик

вазифасини бажаради ва истъмолчи топшириғи билан ишлаб чиқарувчилардан ҳар хил туристик хизматларни сотиб олади (меҳмонхона, транспорт овқатланиш корхоналари ва сайр томошалар ва бошқ.). Туристик фирма истъмолчи ва туристик хизматлар ишлаб чиқарувчи ўртасида воситачи ўрнини эгаллайди, бу қуйидаги расмда кўрсатилган.



5-чизма. Туристик хизматлар олди-сотди жараёнида туристик фирма ўрни

Мамлакат катта қисмида туристик бизнес кўпсонли тадбиркорлик структураларига берилган. Улар миллий қонунчиликка мувофиқ тузилади ва фаолият юритади. Улар ўрнатилган стандартлар, талаблар, шартларига қатъий амал қилишга мажбурдирлар. Масалан, Россия Федерациясида XXI аср бошларида 10 туристик алмашинувда фаол иштирок этувчи хорижий мамлакат катта қисмидаги туристик бизнес ҳам худди шу рақамларга яқинроқ баҳоланади.

Таъкидлаш керакки, туристик фирмалар фаолиятида операциялар ҳажми ва характери, бозордаги ўрни, фаолият ихтисослашуви ва туристик бозорнинг бошқа шартлари билан боғлиқ сезиларли фарқлар кўзга ташланади. Энг аввало, туристик фирмалар туроператорлар (турташқилотчилар) ва турагентлик (турагентлар)га бўлинади.

Туроператорлар. Улар туристик маҳсулотларни улгуржи сотувчилар ҳисобланишади. Туроператорлар туристик хизматлар ишлаб чиқарувчилар ва уларни чакана сотувчилар ўртасида боғловчи ўринни эгаллайди. Оммавий туристик маҳсулотлар (инклюзив сафарлар) яратиш учун улар меҳмонхона, ресторанлар, транспорт корхоналари катта ҳажмдаги хизматларини сотиб оладилар, улардан белгиланган йўналишда гуруҳ ва индивидуал саёҳатлар учун сафар пакетларини шакллантирадилар.

Туроператорлар уюштирилган туризмнинг бош генераторлари ҳисобланади. Уларнинг асосий вазифаси бозор талабларини ўрганиш ва қондиришдан иборат. Улгуржи турфирмаларга ўз бизнесини ривожлантириш учун сезиларли молиявий воситаларни инвестиция қилишга тўғри келади. Бу ўз савдо маркази ва маҳсулотнинг ҳаракати, самарали сотиш тармоғи яратиш ва бошқалар учун зарурдир.

Туристик бозорнинг катта бўлаклиги ва сегментацияси ва талаб туоператорларнинг фаолиятини ўз маҳсулотини аниқ ихтисосланган йўналишга қаратишига зарурат туғдиради. Туоператорлик фаолиятини асосий ихтисослашга йўналишлар ҳисобланади:

1. Хорижий сайёҳларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатишга ихтисослашиш. Бу фаолият билан шуғулланувчи турфирмалар қабул қилиш бўйича туроператорлар дейилади. Ўзларининг асосий вазифаларини бажариш учун улар:

- мамлакатда мавжуд туристик ресурсларни ва улардан фойдаланиш, эгаллаш, ўз мамлакати бўйлаб туристик сайёҳатлар хусусиятлари ҳақида ахборотларни яхши билиши;
- ўз мамлакатада туризмнинг моддий-техник базаси ҳақида ахборотга эга бўлиш, туристик хизмат кўрсатувчи корхоналар билан ишчан алоқада бўлиш ва хорижий туристларга хизмат кўрсатиш учун улардан фойдаланиш имкониятлари;
- хорижий туристларни визали қўллаб-қувватлаш, турфирма таклиф этадиган мамлакатга сафарларни сотиб олиш ҳукуки (референс)га эга бўлиш;
- хорижий туристик бозорда ўз маҳсулотини сотиш ва ҳаракатланиш каналларига эга бўлиш.

2. Ўз мамлакати фуқароларини хорижга туристик сафарга боришини ташкил қилишга ихтисослашиш. Бу операциялар билан шуғулланувчи турфирмалар йўналиш бўйича туроператорлар дейилади. Ўзларинининг асосий функцияларини бажариш учун улар:

- ўз мамлакатада чиқиш туризми бозорида яхши ўринга эга бўлиши, ўз юртдошларига хорижга туристик саёҳатларни таклиф этиш ва сотиш имконига эга бўлиши;
- ўз туристларини халқаро участкаларга боришини таъминлаш учун халқаро ташрифчилар (авиа ва автотранспорт, темирўл ва сув транспорти) билан мустаҳкам ишчанлик алоқасида бўлиш;
- қабул қилинадиган хорижий туристларга сифатли хизмат кўрсатиш ва визавий қўллаб – қувватлашни таъминлаш учун қабул қилиш бўйича чет эл туроператорлари билан мустаҳкам шерикчилик муносабатларига эга бўлиш;
- турли мамлакатларга туристик саёҳатлар шартлари бўйича зарур ахборотга эга бўлиш.

Бозор сегментлари бўйича туристик фирмалар ихтисослашуви.

Ҳозирги замон эҳтиёж тараққиётида ва кўпсонли туристлар хоҳиш истакларида бирорта фирма, ҳатто у йирик туристик фирма бўлсин, мавжуд бозор сегментлари ва қашшоқлигини фаолиятига қамраб ололмайди. Амалда ҳар бир туристик фирма ўзи учун нисбатан кириш қулайроқ ва бозор талабининг фойдалироқ сегментини танлайди. Шу асосда у ўз туристик маҳсулотини шакллантиради, нархлар белгилайди, тегишли сотиш ва ҳаракатланиш каналларидан фойдаланади. Шундай қилиб ихтисослашган туристик фирма вужудга келади. Демографик, ижтимоий – иқтисодий ва талабнинг психологик хусусиятларига боғлиқ ҳолда биз туроператорларни қуйидаги йўналишлар бўйича ихтисослашувини кузатишимиз мумкин:

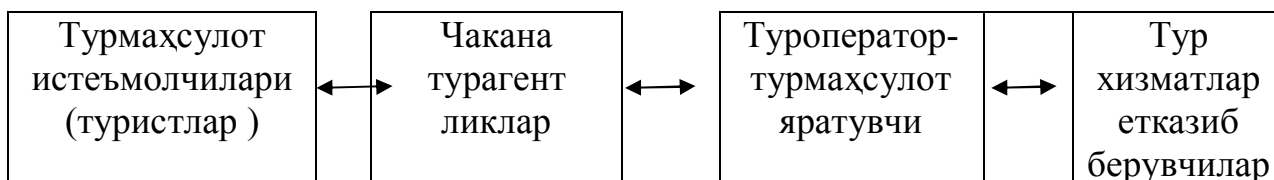
- ёшлар туризми (мактаб ўқувчилари, талабалар);
- кексалар туризми (пензионерлар, ветеранлар);
- оммавий туризм (ўртача даромадли кишилар учун);
- алоҳида эътиборли Элитар туризм (юқори даромадли шахслар учун);
- автобус ва кема туризми;
- экскурсия – томоша туризми;
- дам олиш, даволаниш, спорт билан шуғулланиш мақсадидаги туризм;

- конгресс туризми ва бошқалар.

Туристтик агентлик (агентлар). Улар ватандошлари ёки чет эллик саёҳатчиларга шахсий нотижорий истеъмол учун туристик хизматларни чакана сотувчилар сифатида чиқишади. Чакана турагентлик туроператорнинг туристик маҳсулотларини реализация қилишда муҳим роль ўйнайди. Бундан ташқари, улар жуда кўп бошқа хизматлар—масалан, меҳмонхонага жойлаштириш, ресторанда овқатлантириш, транспортда ташиш, театр – томоша тadbирлари билан шуғулланадилар. Уларнинг асосий даромад манбаи бўлиб сотилган хизматларга етказиб берувчилар тўлайдиган комиссияни тақдирлаш ҳисобланади.

Турагентликлар турли мамлакатларда амалда бўлган қонунчиликка мувофиқ юридик ёки жисмоний шахс сифатида расмийлаштирилади. Улар ҳудуди бўйича унча катта бўлмаган бозорда ишлашади. Катта бўлмаган абортга эга бўлишади туристик бозор конъюктураси ва туроператорлар ҳамда транспорт компаниялари сиёсатига кучли боғлиқ бўлади.

Туроператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрни қуйидаги б-чизмада намоиш этилган:



6-чизма. Туроператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрни

Аммо бироқ улгуржи туроператор ва чакана турагентлик функцияларини ҳамма вақт ҳам аниқ чегаралаб бўлмайди, негаки униси ҳам, буниси ҳам улгуржи, ҳам чакана операцияларни бажариши мумкин. Туроператорлар кўпинча ўз турларини чакана сотиш учун хусусий агентликлар ташкил қиладилар. Турагентлик катта талаб мавжуд чоғида ўз навбатида унча катта бўлмаган улгуржи операцияларни зиммасига олиши мумкин.

Таянч сўз ва иборалар: тур, халқаро тур, қабул қилиш бўйича туроператор, йўналиш бўйича туроператор, агент битими, турлар нархи, туристик агентликлар иш технологияси, туристик фирма.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Халқаро турларни ташкил этишнинг хусусиятлари нимадан иборат.
2. Туристтик агентликлар иш технологияси ва функциялари нималардан иборат.
3. Туристтик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли қандай.
4. Туроператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрни қандай амалга ошади.

XI. Мавзу. Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш

Режа:

- 11.1. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.
- 11.2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари
- 11.3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.
- 11.4. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

11.1. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.

Ўз-ўзидан аёнки, туризм самарали фаолият кўрсатиши ва ривожланиши учун миллий ва халқаро саёҳатчилар ва дам олувчиларнинг ҳамда уларга тегишли мол-мулкнинг хавфсизлигини, шунингдек туристик фаолият объектларининг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш зарур. Хўш, бунга қандай эришиш мумкин? Жаҳон туристик ташкилоти экспертлари бунинг қуйидаги йўллариини таклиф этадилар:

- саёҳатчилар ва дам олувчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш қоидаларини ишлаб чиқиш ва амалга жорий этиш;
- жамоатчиликка ахборот бериш;
- шу жумладан фавқулодда вазиятларда туристларнинг хавфсизлиги билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилишнинг институциявий негизини вужудга келтириш;
- икки томонлама, минтақавий, субминтақавий, минтақалараро миқёсда ва жаҳон миқёсида халқаро ҳамкорлик.

Айни вақтда, туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш, шунингдек туристик аҳамиятга молик жойларда хизмат кўрсатиш сифатининг юқори даражада бўлишига эришишни бошқа ижтимоий ёки миллий манфаатлардан, хусусан, қабул қилувчи мамлакат ҳамда бутун атроф муҳит манфаатларидан ажратиш мумкин эмас. Ўз-ўзидан аёнки, туризм ҳамда туристларни ҳимоя қилиш соҳасида хавфсизлик қоидаларини ишлаб чиқиш ва амалга жорий этишда ташриф буюрувчилар билан қабул қилувчилар манфаатларининг муштараклигини таъминлаш зарур. Гап шундаки, туризм мамлакатга фоҳишабозлик, қулфурушлик, контрабанда, маданий конфронтация сингари салбий ҳодисаларни ҳам олиб кириши мумкин. қолаверса, ўзи ташриф буюрган мамлакатда жиноий унсурларга тўқнаш келган, тиббий ёрдам олиш, давлат органларининг ҳимоясига умид қилиш имкониятига эга бўлмаган турист оғир аҳволда қолиши мумкин.

Экспертлар қайд этишича, туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва туризм соҳасида ҳимоя туристик аҳамиятга молик мамлакатда ёки жойда кўплаб қоида ва қарорлар билан боғлиқ бўлиб, улар нафақат туристик фаолият

маъмурияти томонидан, балки турли иқтисодий ва ижтимоий тармоқларда, хусусан:

- соғлиқни сақлаш;
- жамоат тартиби (полиция, божхона, чегара хизмати);
- молия (солиқ хизмати, банклар);
- савдо ва маиший хизмат;
- транспорт;
- энергетика, коммуникациялар;
- атроф муҳитни муҳофаза қилиш;
- аҳолини иш билан таъминлаш ва ҳудудни ривожлантириш соҳаларида фаолият кўрсатувчи бошқа бир қанча маъмурий органлар томонидан ҳам бажарилиши лозим.

Мазкур жараёнда хусусий секторнинг иштирок этиши ҳам муҳим аҳамиятга эга. Зотан, дунё бўйича ташкил этиладиган барча сафарлар ва ташрифларнинг камида 7/10 қисми хусусий секторга тўғри келади. Табиийки, алоҳида эҳтиёт чоралари бу миқёсда ҳам кўрилиши лозим. Туристлик фирмалар ўзлари ташкил этувчи турларда саёҳатчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш талабларини бажаришдан бўйин товламасликлари керак. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонуни 10-моддасига биноан, «туристик хизматлар мажбурий сертификатлаштирилиши лозим. Туристлик фаолият субъектининг туристик хизматларни мажбурий сертификатлаштиришдан бош тортиши, туристик хизматларни сертификатлаштиришнинг натижаси салбий бўлиши, шунингдек сертификатнинг амал қилишини бекор қилиш туристик фаолиятни амалга ошириш учун берилган лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб қўйишга ёки лицензиядан маҳрум қилишга сабаб бўлади». Яъни ҳар қандай турнинг барча хавфсизлик параметрлари текшириб кўрилиши керак, акс ҳолда у туристик бозорда амалга оширилиши мумкин эмас. Баъзи бир маълумотларга қараганда, туристлар тўқнаш келадиган ҳар хил муаммолар кўпинча улар саёҳатнинг муайян шарт-шароитлари, хусусан, мамлакат, яшаш, овқатланиш хусусиятлари, чет элликларга маҳаллий аҳолининг муносабати ҳақида олдиндан огоҳлантирилмаганлиги билан боғлиқ. Ваҳоланки, турист саёҳатга тааллуқли тўлиқ ва ишончли ахборот олиш, шахсий хавфсизлик, ўз ҳуқуқларининг ҳимоя қилиниши, шунингдек ўз мол-мулкининг асралиши ҳуқуқига эга (14-модда). Боз устига, қонуннинг 17-моддасига мувофиқ, туристик фирма «туристларга турни ташкил қилиш, уларнинг ҳуқуқлари ва мажбуриятлари тўғрисида тўлиқ ахборот бериши шарт».

Шунга қарамай, мавжуд қонунлар ва қарорларга амал қилмаслик, шунингдек уларнинг номукамаллиги туристик фаолият соҳасида жиддий муаммоларни юзага келтирмоқдаки, уларни ҳал қилиш учун туризм масалалари билан шуғулланувчи шахслар туризмда хавфсизлик масаласига глобал миқёсда ва сурункали асосда катта масъулият билан, фаол ёндашишлари талаб этилади. Айрим тадқиқотларга қараганда, туристларнинг хавфсизлиги билан боғлиқ муаммолар ҳар 10 ҳолатдан 4 тасида хавфсизлик учун масъул органлар ўз вазифаларини бажармаслиги оқибатида келиб чиқади. Юқорида зикр этилган қонуннинг 15-моддасига биноан, турист божхона ва чегара назорати

қоидаларига, борилган мамлакатнинг қонун ҳужжатлари талабларига риоя этиши шарт. Агар у мазкур қоидаларни бузгудек бўлса, ўз шахсий хавфсизлигини хавф остида қолдиради. Бошқа томондан, қонуннинг 18-моддасига мувофиқ, «Ўзбекистон Республикаси ҳудудида туристларнинг хавфсизлиги давлат томонидан кафолатланади. Туризм соҳасидаги ваколатли давлат органи манфаатдор вазирликлар ва идоралар билан биргаликда туристларнинг ҳимоя қилинишини ҳамда хавфсизлигини таъминлаш дастурини ишлаб чиқади ва унинг бажарилишини ташкил этади. Маҳаллий давлат ҳокимияти органлари туризм соҳасида барча туристик йўналишлар бўйича туристларнинг ҳимоя қилинишини ва хавфсизлигини таъминлаш минтақавий дастурларини ишлаб чиқадилар ва уларнинг бажарилишини ташкил этадилар». Бу мазкур муаммога давлат алоҳида аҳамият беришини кўрсатади.

Туристларни террористик актлардан ва умуман жиноий қилмишлардан ҳимоя қилишга, шунингдек туристларнинг истеъмолчи сифатидаги ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, уларнинг соғлигини сақлаш ва атроф муҳитни муҳофаза қилишга алоҳида эътибор бериш лозим.

Ўз-ўзидан аёнки, туристларнинг ҳамда туристик объектларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш соҳасидаги қонун ҳужжатлари ҳамиша жиноятчилик ва зўрлик ишлатишни бартараф этишга, шунингдек атроф муҳитни муҳофаза қилиш ва сақлашга (айниқса, туристик фаолият ҳудудида) йўналтирилган бошқа барча қонун ҳужжатларига боғлаб ишлаб чиқилиши ва қўлланилиши лозим. Масалан, Ўзбекистонда туризм билан боғлиқ фаолият нафақат туризм тўғрисидаги қонун билан, балки алоҳида қўриқланадиган табиий ҳудудлар, ўрмон, корхоналар, ташқи иқтисодий фаолият, реклама, оммавий ахборот воситалари, истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисидаги қонунлар, муайян хизматларга белгиланган давлат стандартлари, шунингдек Жиноят, Солиқ, Божхона кодекслари билан ҳам тартибга солинади. Айрим баҳолашларга қараганда, Ўзбекистонда туризм фаолияти соҳасида элликка яқин юридик ҳужжатлар, шу жумладан қонунлар ва ҳукумат қарорлари амал қилади.

Бундан ташқари, Жаҳон туристик ташкилоти ўз ҳужжатларида бошқа мамлакатларга туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш соҳасидаги миллий сиёсатнинг таркибий қисми сифатида, айтиқса, туристик фаолият ҳудудида, масалан, эпидемиялар, террористик актларни амалга ошириш хавфи, шунингдек саёҳатчилар ва уларнинг мол-мулкига қарши жиддий ва кўп сонли жиноятларнинг олдини олишга қаратилган тегишли чоратадбирларни амалга ошириш масалалари билан шуғулланувчи махсус орган тузишни тавсия этади. Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Туризмни ривожлантириш идоралараро кенгаши Ўзбекистондаги мана шундай ташкилот ҳисобланади. Мазкур Кенгаш таркибига «Ўзбектуризм» Миллий компанияси (миллий туристик маъмурият ҳуқуқида), Ички ишлар вазирлиги, Ташқи ишлар вазирлиги, Молия вазирлиги, Давлат Божхона қўмитаси, Давлат Солиқ қўмитаси, Соғлиқни сақлаш вазирлиги ва бошқа идораларнинг вакиллари киради.

Бундан ташқари, туристлар тўқнаш келиши мумкин бўлган асосий хавфхатарлар (касаллик, ўғрилиқ, репатриация)дан уларни суғурталашни

таъминлаш, хусусан, бу соҳадаги келишувларни, айниқса, суғурта компаниялари, барча туристик корхоналар ва бошқа манфаатдор томонлар (аҳоли, ҳокимият органлари) ўртасидаги келишувларни рағбатлантириш учун зарур барча чора-тадбирларни кўриш лозим.

11.2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари.

Туризм хавфсизлиги чора-тадбирларини ишлаб чиқиш соҳасидаги халқаро тажриба Жаҳон туристик ташкилоти (ЖТТ) томонидан тадқиқ қилинади ва умумлаштириб борилади. Туризм Хартиясида ва Турист кодексиди (ЖТТ Бош ассамблеясининг VI сессияси, 1985 йил), Туризм бўйича Гаага парламент конференциясида (1989 йил) саёҳатларнинг хавфсизлигини таъминлаш шартлиги қайд этиб ўтилган. 1994 йили ЖТТ Ижроия Кенгаши қошида саёҳатларнинг хавфсизлиги учун жавоб берувчи Туристик хизматлар кўрсатиш сифати бўйича кўмита ташкил этилди. Шу йили ЖТТ «Саёҳатчилар, туристлар ва туристик объектлар хавфсизлиги ҳамда уларни ҳимоя қилиш» мавзусида жаҳоннинг 73 мамлакатада тадқиқот ўтказди. 1995 йили ёзда ЖТТ ташаббуси билан Эстерунд (Швеция)да туризм хавфсизлиги ҳамда саёҳатлар чоғида хавф-хатарларни камайтириш бўйича I халқаро конференция ўтказилди. Тадқиқот натижалари шундан далолат берадики, жаҳон мамлакатларининг 71% да туристлар ташриф буюрадиган объектлар махсус туристик полиция ёки хавфсизлик хизмати томонидан кўриқланади. Мамлакатларнинг ярмидан кўпида бундай хизмат давлат полицияси ёки муниципал полициянинг таркибий қисми ҳисобланади.

Халқаро меҳнат ташкилоти (ХМТ), Жаҳон соғлиқни сақлаш ташкилоти (ЖССТ), Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг таълим, фан ва маданият масалалари бўйича ташкилоти (ЮНЕСКО), Халқаро денгиз ташкилоти (ИМО), Фуқаро авиацияси халқаро ташкилоти (ИСКАО), Атроф муҳит бўйича БМТ дастури (ЮНЕП), Жиноят полицияси халқаро ташкилоти (Интерпол), БМТ Болалар фонди (ЮНИСЕФ), Иқтисодий ҳамкорлик ва ривожланиш ташкилоти (ОЭСР), Жаҳон савдо ташкилоти сингари халқаро ва ноҳуқумат ташкилотлари туризм масалалари билан бевосита ёки билвосита шуғулланади. Кўпгина иқтисодий ва молиявий ташкилотлар, жумладан, Жаҳон банки, Европа тикланиш ва тараққиёт банки ва бошқалар ҳам туризм муаммолари билан шуғулланади.

Туризмни ривожлантиришнинг давлат норматив-ҳуқуқий ҳужжатлари билан бевосита ёки билвосита боғлиқ бўлган айрим функционал жиҳатлари 5-жадвалда келтирилган. Дарвоқе, туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш соҳасида ўз сиёсатини амалга оширишга кўмаклашиш учун ЖТТ давлатларга ўз сиёсий ва маъмурий тизимлари доирасида, бир томондан, барча миқёслардаги ваколатли департаментлар билан ҳамда, иккинчи томондан, меҳмонхона эгаларининг ташкилотлари, туристик агентликлар, авиакомпаниялар ва туризмда хавфсизлик билан боғлиқ масалаларни ҳал қилишдан манфаатдор бўлган барча ташкилотлар ва органлар билан самарали ҳамкорликни ривожлантиришни тавсия этади.

Туристлар хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилишнинг айрим функционал норматив-ҳуқуқий жиҳатлари

Туристларга қандай ҳуқуқлар берилиши лозим	қандай чора-тадбирлар кўрилиши керак	Давлат сектори ҳамда хусусий сектор нима қилиши керак
Туристнинг шахсига ёки мол-мулкига жиддий тажовуз қилиниши муносабати билан энг тез алоқа воситалари ёрдамида ўз оиласига хабар бериш	Турист келган мамлакатда унинг шахсига ёки мол-мулкига жиноий тажовуз қилиниши муносабати билан унинг ҳаётини ва мол-мулкини сақлаб қолиш мақсадида уни ўз мамлакатига тез репатриация қилиш	Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш масалалари бўйича хабардорлик даражасини ошириш учун туризм ходимлари ва жамоатчилик орасида ахборот тарқатиш
Миллий ижтимоий суғурта тизими доирасида тез ва мувофиқ тиббий ёрдам олиш	Ўғирланган ва кейинчалик топилган мол-мулкни турист келган мамлакатга қайтариш	Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш учун бевосита ёки билвосита жавобгар бўлган турли касб эгаларини тайёрлашни барча зарур воситалар билан рағбатлантириш
Чет элликдан гаров пули киритишни талаб қилмасдан, туристга тажовуз қилган шахсларга қарши миллий судда суд иши, шу жумладан жиноят иши очиш ҳамда юридик ёрдам олиш	Туристларга ёки маҳаллий аҳолига қарши бундай ҳаракатларга бошқа йўл қўймаслик учун ишни судда кўриш	Туристлар ҳаёти ва мол-мулкини кўриқлаш чора-тадбирлари ва механизмларини ишлаб чиқиш, салбий оқибатларга йўл қўймаслик мақсадида саёҳат пайтида содир бўлувчи барча жараёнларни тартибга солиш

Халқаро тажриба шуни кўрсатадики, юқорида зикр этилган ташкилотлар ва органлар ўртасида яхши алоқа йўлга қўйилган бўлмаса, туристлар саёҳат пайтида маълум муаммоларга, шу жумладан жиноий унсурлар томонидан туристлар ҳаёти ёки мол-мулкига тажовуз қилиш, айрим ташкилотлар (умумий овқатланиш тармоқлари, жойлаштириш воситалари ва ҳ.к.) томонидан малакасиз хизматлар кўрсатилиши билан боғлиқ муаммоларга тўкнаш келадилар. ЎЗР «Туризм тўғрисида»ги қонунининг 18-моддасига мувофиқ, «туристик фаолият субъектлари туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш, улар жароҳатланганда, касалланганда ва бошқа ҳолларда тиббий ва ўзга хил ёрдам кўрсатиш юзасидан аниқ чора-тадбирлар ишлаб чиқадиладар». Хуллас, туристик фирмалар маршрутларнинг хавфсизлигини қонун тартибида текширишлари шарт.

Бундан ташқари, туристик аҳамиятга молик инфратузилма объектлари мавсум пайтида ўқтин-ўқтин юзага келадиган туристларнинг катта-катта

оқимларини атроф муҳитга ва умумий овқатланиш соҳасидаги санитария ҳолатига салбий таъсирларсиз қабул қилиш лаёқатига эга бўлишини таъминлашни қонун йўли билан тартибга солиш чора-тадбирлари ҳам кўрилиши лозим. Соғлиқни сақлаш чора-тадбирларини кўриш лозим деб топилган ҳолларда туристларга уларнинг салбий таъсирини мумкин қадар чеклаш ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Баъзан туристлар эксплуатация, зўрлик ишлатиш объектларига айланадилар. Бу муносабат билан мазкур жинойий хатти-ҳаракатларнинг ташкилотчиларига нисбатан қаттиқ чоралар кўриш зарур, акс ҳолда мамлакат туристик сафарга чиқиш тавсия этилмайдиган мамлакатлар рўйхатида киритилиши мумкин. Бошқа томондан, шундай салбий ҳодисалар ҳам учраб турадики, баъзан туристик фирмалар маълум шахсларни фоҳишахоналарда ишлаш, норасмий меҳнат фаолияти билан шуғулланиш учун чет элга турист сифатида махсус юборадилар. Ваҳоланки, мазкур соҳалар кўпинча уюшган жинойятчилик таъсири остида бўлади.

Туристлар билан жисмоний (ёки юридик) шахслар ўртасида юзага келувчи баҳсларни суддан ташқарида тез ҳал қилиш учун ЖТТ экспертлари тегишли орган, масалан, умумий ёки махсус ваколатларга эга бўлган Истеъмомчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш жамияти ёки шикоятлар бўйича воситачи орган тузишни тавсия этадилар. Туристлар уларга мурожаат этиб, юзага келган муаммоларни ҳал қилишлари мумкин, чунки бу уларнинг ҳуқуқий манфаатлари, шу жумладан хавфсизлик соҳасидаги манфаатлари билан боғлиқ.

Туристлар хавфсизлигини таъминлаш соҳасидаги давлатлараро ҳамкорлик ҳам, айниқса, табиий офатлар ва техноген ҳалокатлар, йирик авариялар ва эпидемиялар содир бўлган ҳолларда, шубҳасиз, муҳим аҳамиятга эга. Боз устига, туристлар ҳаёти ёки мол-мулкига жиддий тажовуз қилинган, айниқса, улар террористик актлар натижасида жабр кўрган ҳолларда қабул қилувчи мамлакат зудлик билан туристлар келган мамлакатга (агар имконият бўлса, дипломатик ёки консуллик ваколатхоналари орқали) жабр кўрган шахсларнинг соғлиғи ҳамда юқорида зикр этилган ҳодисанинг тафсилотлари тўғрисида барча зарур ахборотни тақдим этиши шарт.

Туризм бўйича 1989 йил Гаага Декларациясининг 8-тамойилида шундай дейилади: «Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш, шунингдек уларнинг кадр-қимматини ҳурмат қилиш туризмни ривожлантиришнинг зарур шартидир»¹. Бу муносабат билан экспертлар қуйидагиларни тақлиф қиладилар:

- туристик сафарлар, саёҳатлар ва ташрифларни соддалаштириш чора-тадбирларини туристларнинг ҳамда туристик объектларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш чора-тадбирлари билан бирга амалга ошириш;
- бу мақсадда туристларнинг ҳамда туристик объектларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилишга йўналтирилган самарали сиёсатни ишлаб чиқиш;

¹ Уваров В.Д., Борисов К.Г. Международное туристские организации. Справочник. Москва, Международное отношения, 1990, с. 228.

- туристлар фойдаланганлиги учун алоҳида эътибор беришни тақозо этувчи туристик товарлар, объектлар ва асбоб-ускуналарни аниқ белгилаш;
- тегишли ҳужжатлар ва ахборотни тайёрлаш ҳамда туристик объектларга хавф-хатар таҳдид солган ҳолларда мазкур ҳужжатлар ва ахборотдан фойдаланилишини таъминлаш;
- ҳар бир мамлакатнинг қонунчилик тизимига хос тартиб-таомилларга мувофиқ, туристларни ҳимоя қилиш соҳасидаги юридик қоидаларни бажариш;
- туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш масалаларини тартибга солувчи чора-тадбирлар дастурларини тузишда давлатлар ЖТТ доирасида ҳамкорлик қилишларига эришиш.

11.3.Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.

Ҳозирда аксарият давлатларда туризмда хавфсизлик масалаларини тартибга солувчи қонун ҳужжатлари ва норматив ҳужжатлар амал қилади. Мазкур ҳужжатлар кўпинча давлат органи томонидан стандартлаштирилган бўлиб, бу туроператорларга янада самарали ишлаш ҳамда туристик маҳсулот истеъмолчисига таҳдид солувчи хавф-хатарлар даражасини баҳолаш имконини беради. Бу стандартлар туристик корхоналар, идоравий мансублиги ва ташкилий-ҳуқуқий шаклидан қатъи назар, туристик хизматлар сифатига қўйиладиган мажбурий ва тавсия этилувчи талабларни белгилайди. Туристик хизматлар сифатига қўйиладиган мажбурий талаблар, шу жумладан туристлар хавфсизлиги, саломатлиги ва мол-мулкнинг бутлигини таъминлаш ҳамда атроф муҳитни муҳофаза қилишга қўйиладиган талаблар Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида» ва «Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги қонунларида, «Меҳнат хавфсизлигини ўқитиб-ўргатишни ташкил этиш. Умумий қоидалар», «Туристик-экскурсия хизматлари кўрсатиш соҳасида стандартлаштириш. Умумий қоидалар» сингари давлат стандартларида баён этилган.

Ўз-ўзидан аёнки, стандартларда туризм соҳасида ишлатиладиган атамалар қўлланилади. Уларни кўриб чиқамиз.

Туристик хизмат – туристик корxonанинг туристларнинг тегишли эҳтиёжларини қондириш борасидаги фаолияти натижаси.

Экскурсия – туристларнинг маънавий, эстетик ва ахборот эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи туристик хизмат.

Сафар (поход) – маршрут бўйлаб ҳаракатланишнинг фаол усуллари ёрдамида туристларнинг соғломлаштириш ва маърифий эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи туристик хизмат.

Саёҳат – туристлар ҳаётини таъминлашнинг маълум шарт-шароитларида уларнинг соғломлаштириш ва маърифий эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи туристик хизмат.

Табиийки, бунда туристик хизматлар (экскурсиялар, сафарлар, саёҳатлар)га ҳамда хизмат кўрсатиш шарт-шароитларига маълум талаблар

қўйилади. Мазкур талаблар кўпинча *мажбурий талабларга* ва *тавсия этиладиган талабларга* бўлинади.

қўйидаги талаблар туристик хизматларнинг барча турлари учун мажбурий ҳисобланади:

- туристлар ва экскурсантларнинг ҳаёти ва соғлиғини таъминлаш;
- уларга тегишли мол-мулкнинг бутлигини таъминлаш;
- атроф муҳитни муҳофаза қилиш.

Туристтик хизматларнинг барча турлари истеъмолчиларнинг ҳаёти, соғлиғи ва мол-мулки учун хавфсиз бўлиши шарт. Нормал хизмат кўрсатиш шароитларида ҳам, фавқулодда хизмат кўрсатиш шароитлари (табiiй офатлар ва ҳ.к.)да ҳам туристик хизматларнинг хавфсизлиги таъминланиши лозим. Туристтик трассалар қулай экологик шароитларга ва санитария-эпидемиология шароитларига эга бўлган ҳудудларда жойлашиши керак. Туристтик хизматлар кўрсатилувчи бинолар, транспорт воситалари, туристларга ижарага берилувчи анжомлар амалдаги норматив ҳужжатларда (санитария нормалари ва қоидаларида, қурилиш нормалари ва қоидаларида, ёнғин хавфсизлиги қоидаларида) белгиланган талабларга мувофиқ бўлиши лозим. Туристтик корхоналарнинг хизмат кўрсатувчи ходимлари давлат стандартлари бўйича туристлар хавфсизлигини таъминлашни билишлари керак.

Бундан ташқари, туристик хизматлар кўрсатиш атроф муҳитга салбий таъсир кўрсатилиши (ҳудуднинг ифлосланиши, ўсимлик тўшамасининг топталиши, дарахтлар ва бутазорларнинг ёндирилиши ва ҳ.к.)га олиб келмаслиги лозим.

Хавфсизлик билан боғлиқ яна бир шарт: туристик хизматлар истеъмолчиларнинг умидларини оқлаши ва уларнинг жисмоний имкониятларига мос бўлиши керак. Бундан ташқари, истеъмолчига кўрсатиладиган туристик хизматлар ҳажми, муддати ва шарт-шароитларига кўра йўлланма, чипта, қвитанция ва ш.к.да назарда тутилган талабларга жавоб бериши лозим.

Саёҳатнинг хавфсизлиги деганда туристларнинг шахсий хавфсизлигини, уларга тегишли мол-мулкнинг бутлигини таъминлаш ҳамда саёҳат қилиш пайтида атроф муҳитга зарар етказмаслик тушунилади. Туристнинг хавфсизлигини таъминлаш – туристик хизмат кўрсатишнинг муҳим таркибий қисмидир.

Туристнинг хавфсизлиги давлат сиёсатига, фирмалар – турагентлар ва туроператорлар томонидан кўрилаётган чора-тадбирларга, шунингдек туристнинг хатти-ҳаракатларига бевосита боғлиқ. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси қонунига мувофиқ, турист шахсий хавфсизлик, ўз ҳуқуқларининг ҳимоя қилиниши, шунингдек ўз мол-мулкнинг асралиши, шошилинч тиббий ёрдам олиш, саёҳатга тааллуқли тўлиқ ва ишончли ахборот олиш ҳуқуқига эга. Табiiйки, саёҳат пайтида турист ўзи бўлиб турган мамлакатнинг қонун ҳужжатларига риоя этиб, унинг урф-одатлари, анъаналари ва диний расм-русумларини ҳурмат қилибгина қолмасдан, шахсий хавфсизлик қоидаларига ҳам амал қилиши шарт. Статистика маълумотларига қараганда, ислом давлатларида турист билан аҳоли ўртасида содир бўлувчи барча можароларнинг 31 фоизи мамлакатнинг миллий урф-одатларидан туристнинг

беҳабарлиги ҳамда хулқ-атвор қоидалари турист томонидан бузилиши натижасида келиб чиқади.

Туристлар бўлиб турган мамлакатда уларнинг хавфсизлигига таҳдид тўғрисида ахборот миллий туристик маъмурият, турагентлар ва туроператорлар томонидан берилиши лозим. Бундан ташқари, халқаро амалиёт шуни кўрсатадики, бир қанча ҳукуматлар жаҳоннинг муайян мамлакатлари ёки минтақаларига ташриф буюриш юзасидан, шу жумладан ўз давлатларига ташриф буюрувчи чет элликлар учун ҳам тегишли тавсиялар чиқаради.

Туристлик фаолиятнинг хавфсизлигига қўйиладиган талаблар универсал бўлиб, дунёнинг барча мамлакатларида амал қилади. Бу талаблар бажарилмаган тақдирда, туристик фирма туристик маҳсулотни халқаро ва ички бозорларда тақлиф этиш ва муайян харидорларга сотишдан бош тортиши мумкин. Туристлик хизматлар кўрсатиш пайтида одатдаги шароитларда ҳам, фавқулодда вазиятлар (табiiй офатлар ва ш.к.) шароитида ҳам туристларнинг ҳаёти ва соғлиғи учун хавф-хатарларнинг оқилона даражаси таъминланиши лозим. Лекин бунда шуни ёдда тутиш керакки, туристик-экскурсия хизматлари кўрсатиш чоғида инсоннинг ҳаёти ва соғлиғига хавф-хатарлар:

- хавф-хатар манбалари мавжуд бўлган;
- мазкур манба инсон учун хавфли даражада намоён бўлган;
- инсон хавф-хатар манбаига таъсирчан бўлган ҳолларда юзага келади.

Туризмдаги **зарарли омиллар** (хавф-хатар омиллари)ни қуйидагича таснифлаш мумкин:

- жароҳатланиш хавфи;
- атроф муҳитнинг ножўя таъсири;
- ёнғин хавфи;
- ножўя биологик таъсирлар;
- психофизиологик юкланишлар;
- нурланиш хавфи;
- кимёвий таъсирлар;
- кучли чангланиш ва газланиш;
- бошқа омиллар;
- ўзига хос хавф-хатар омиллари.

Туризмда ўзига хос хавф-хатар омиллари:

- туристик корхона ёки маршрут жойлашган ҳудудда табiiй ва техноген офатлар рўй бериши, шунингдек фавқулодда ҳолатлар (шу жумладан туристларга хизмат кўрсатилувчи ҳудудда жамоат тартибининг ҳолати билан боғлиқ бўлган фавқулодда вазиятлар) юзага келиши мумкинлиги;
- фойдаланилаётган моддий-техник база объектлари (туристик меҳмонхоналар, базалар, кемпинглар, арқон йўллари ва кўтаргичлар, туристик трассалар, ҳар хил транспорт воситалари ва ҳ.к.)нинг техник ҳолати;
- жойнинг мураккаб рельефи (дарё остоналари, тоғ ёнбағирлари, трассаларнинг қояли, музли участкалари ва ҳ.к.);
- хизмат кўрсатувчи ходимлар (инструкторлар, экскурсиячилар ва ҳ.к.)нинг касбий тайёргарлиги даражаси;

- маълум турга ва мураккаблик тоифасига мансуб маршрут бўйлаб ҳаракатланишга туристларни тайёрлаш (йўл-йўриқ кўрсатиш, жиҳозлаш ва ҳ.к.);
- ахборот билан таъминлаш (гидрометеорологик прогнозлар, туристик маршрутлар трассаларини тамғалаш) билан боғлиқ.

Туристлик корхона туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш бўйича норматив ҳужжатлар тўпламига эга бўлиши ва ўз фаолиятида уларга амал қилиши лозим. Бу унга туристларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ кўпгина жиддий муаммоларни ҳал қилиш имконини беради.

Туристлик меҳмонхоналар, базалар ва кемпингларда яшаш хавфсизлиги:

- туристларга хизмат кўрсатиш объектларини лойиҳалаш ва қуриш чоғида қурилиш нормалари ва қоидаларининг талабларига;
- бинолар, иншоотлар ва қурилмалардан техник фойдаланиш хавфсизлигининг норматив ҳужжатлар билан белгиланган талабларига риоя этиш;
- амалдаги нормативларга мувофиқ техник жиҳозлаш;
- туристларнинг шахсий хавфсизлигини ва уларнинг мол-мулки асралишини кафолатловчи чора-тадбирларни амалга ошириш йўли билан таъминланади.

Бундан ташқари, туристларнинг ҳаёти ва соғлиғини таъминлаш мақсадида, озиқ-овқат маҳсулотларини сақлаш, транспортда ташиш ва тайёрлаш бўйича норматив ҳужжатларда белгиланган талабларга риоя этилиши лозим. Айрим маълумотларга қараганда, дунё бўйича барча туристларнинг ўрта ҳисобда 3% га яқини озиқ-овқатдан захарланиш оқибатида саёҳатни давом эттиришдан воз кечишга мажбур бўлади.

Экскурсия, сафарлар ва саёҳатлар вақтида туристларни транспортда ташиш муайян транспорт турларида (автомобиль, темир йўл, ҳаво, сув ва бошқа транспорт воситаларида) йўловчиларга хизмат кўрсатиш қоидаларига мувофиқ амалга оширилади. Дунё миқёсида транспортда қайд этиладиган бахтсиз ҳодисаларнинг ўттиз мингтадан ортиғи чет эллик туристлар объектдан объектга кетаётган пайтда содир бўлади. Бундай ҳодисалар жумласига авиаҳалокатлар, темир йўл транспортининг ағдалириши, автоҳалокатлар (улар айниқса кўп учрайди) киради.

Туристларга хизмат кўрсатишда қўлланиладиган туристик анжомлар амалдаги норматив ҳужжатларнинг талабларига жавоб бериши керак. Эскирган анжомлардан фойдаланиш туристларнинг шикастланишига, баъзан ҳатто ўлимига ҳам сабаб бўлади.

Ҳар бир туристик корхонада фавқулодда вазиятлар (табiiй офатлар, ёнғинлар ва ҳ.к.) вақтида ходимларнинг ҳаракатлари режаси ишлаб чиқилган ва тасдиқланган бўлиши шарт. Мазкур режаларда кутқариш ишларида қатнашувчи маҳаллий бошқарув органлари билан ўзаро алоқа тартиби назарда тутилади. Туристлик корхона раҳбари фавқулодда вазиятлар чоғида ҳаракат қилишга ходимларнинг тайёрлиги учун жавобгар бўлади. Шу боис туристик фирма Фавқулодда вазиятлар бўйича вазирлик бўлимлари, кутқариш ва тиббиёт хизматлари, ҳуқуқий тарғибот органлари билан мунтазам алоқа қилиб туриши керак.

Бундан ташқари, туристик корхоналар ҳар бир муайян хизматнинг хавф-хатарли жиҳатлари ва уларнинг олдини олиш чоралари билан туристларни таништиришлари шарт. Туристларнинг ҳаёти ва соғлиғини сақлаш учун зарур ахборот уларга олдиндан, дам олиш бошлангунга қадар ҳамда хизмат кўрсатиш жараёнида берилиши лозим. Туристик трассадаги табиий қийинчиликларни, туристнинг зарур жисмоний тайёргарлиги даражасини, шахсий анжомларнинг хусусиятларини тавсифловчи маълумотлар реклама-ахборот материалларида ҳамда туристик йўлланмага илова қилинган ахборот варағининг матнида ифодаланган бўлиши керак.

Туристик хизматларга қўйилган талабларнинг бажарилиши устидан назорат давлат бошқарув органлари томонидан уларнинг ваколатлари доирасида амалдаги норматив ҳужжатларга мувофиқ, кўпинча турли усуллардан фойдаланиш, хусусан:

- визуал назорат усулидан фойдаланиш (объектни – унинг интерьерни, ускуналари, анжомлари ва шу қабиларни кўздан кечириш) орқали;
- аналитик назорат усулидан фойдаланиш (ҳужжатларни – бракераж дафтарлари, ходимларнинг санитария дафтарчалари ва бошқа ҳужжатларни таҳлилдан ўтказиш) орқали;
- тиббий назорат усулидан фойдаланиш (ходимларни тиббик кўрикдан ўтказиш, санитария-эпидемиология анализлари ўтказиш) орқали;
- инструментал назорат усулидан фойдаланиш (сувнинг, хавонинг сифатини аниқлаш, ускуналарнинг техник ҳолати ва иш режимини текшириш) орқали;
- социологик назорат усулидан фойдаланиш (туристлар ва хизмат кўрсатувчи ходимлар ўртасида сўров ўтказиш) орқали амалга оширилади.

Назорат мавсум бошида, туристик корхона ва трассанинг фойдаланишга тайёрлигини текшириш чоғида, шунингдек жорий текширувлар жараёнида амалга оширилади. Туристлар хавфсизлигини таъминлашнинг жорий текширувлари бинолар, иншоотлар, транспорт воситалари, ускуналар, асбоб-анжомларни техник кўрикдан (синовдан) ўтказиш, овқат тайёрлаш, озиқ-овқат маҳсулотларини сақлаш ва транспортда ташиш шарт-шароитлари ва муддатларини текшириш, сафарга чиқишга туристларнинг тайёрлигини текшириш режалари ва графикларига мувофиқ ўтказилади.

11.4. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

«Туризм тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси қонунининг 19-моддаси «Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш чора-тадбирлари»да шундай дейилади: «Туристик фаолият субъектлари туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш мақсадида:

- туристларнинг сафарда хавф-хатардан холи бўлишлари учун шарт-шароитни, сафар, сайр, экскурсия йўллари, мусобақалар ўтказиладиган жойларнинг ободлигини таъминлашлари;

- туристларга жароҳатланиш ва бахтсиз ҳодисалардан сақланиш ҳамда уларнинг олдини олиш усулларини ўргатишлари, бирламчи тиббий ёрдам

кўрсатиш юзасидан йўл-йўриқ беришлари, шунингдек белгиланган йўналишнинг хусусияти ва туристларнинг хатти-ҳаракатига боғлиқ ҳолда юзага келиши мумкин бўлган хавф манбалари ҳақида уларнинг ўзини хабардор қилишлари;

- туристларнинг саёҳатлар, сафарлар, мусобақалар, бошқа туристик тадбирларга тайёргарлиги устидан назоратни амалга оширишлари;

- фалокатга учраган туристларга тезкор ёрдам кўрсатишлари;

- автомобиль, тоғ, чанғи, велосипед, сув, мотоцикл, пиёда сафар, ғор туризми ва туризмнинг бошқа махсус турларини ташкил этиш ва ўтказишда хавфсизликнинг алоҳида талабларини ишлаб чиқишлари ва амалга оширишлари шарт».

Худди шу моддада белгилаб қўйилганки, туристик саёҳатларни туристлар ҳаракатланишининг фаол шаклларида фойдаланган ҳолда ташкил этишга ихтисослашган туристик фаолият субъектлари туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш, экстремал вазиятларда уларга ёрдам кўрсатиш ва уларни ҳимоя қилиш мақсадида хизмат кўрсатишни кўзлаб кидирув-қутқарув хизматлари билан шартномалар тузадилар.

Бундан ташқари, туристлар хавфсизлигини сақлашнинг шартнома бажарилмаган ёки лозим даражада бажарилмаган тақдирда моддий зарарнинг тўланиши, шунингдек маънавий зиённинг ўрни қопланиши ҳуқуқи (14-модда) сингари шакли ҳам мавжуд.

Ҳозирда Ўзбекистонда туристик маршрутлар эндигина сертификатлаштирилмоқда. Шу боис туристлар таклиф этилаётган маршрут хавфсизлик нуқтаи назаридан қай аҳволда эканлигидан хабардор бўлишлари лозим. Хорижий турфирмалар таклиф этаётган ва Ўзбекистонда амалга оширилаётган туристик маҳсулотларни текшириш ҳам муҳим аҳамиятга эга. Ўзбекистон туристик фирмаларининг вакиллари маршрутларнинг хавфсизлигини нафақат нариги тараф қонун ҳужжатлари, балки ўз миллий қонун ҳужжатлари нормалари нуқтаи назаридан ҳам текширишлари лозим. Чунончи, Гоби чўли бўйлаб саёҳат чоғида ичиш учун таклиф этилувчи сув Мўғулистон санитария талабларига жавоб бергани ҳолда, Ўзбекистон стандартларига жавоб бермаслиги, бунинг оқибатида ўзбек туристларининг соғлиғи хавф остида қолиши мумкин.

Таянч сўз ва иборалар: хавфсизлик, туризм хавфсизлиги, туристлар хавфсизлиги, экскурсия, туристик тушунчаларни стандартлаштириш, зарарли омиллар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш деганда нимани тушунасиз?
2. Туристлар хавфсизлигини ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш борасида ЖТТ экспертлари қандай таклифлар берадилар?
3. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатларини изоҳланг.
4. Туризмда зарарли омиллар қандай тавсифланади?
5. Туризмда ўзига хос хавф – хатар омиллари қайсилар?
6. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларига мисол келтиринг.

ХII.Мавзу.Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари

Режа:

- 12.1. Туризмда ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳияти.
- 12.2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш.
- 12.3. Туризмда Интернет технологиялар.

12.1.Туризмда ахборот технологиялари турлари ва ахборотлар моҳияти.

Ахборот тараққиётининг узок ўтмиш йўли аввалига нозик материя даражасида, кейинчалик эса жонли табиат шароитида сифат жиҳатидан янги кўринишдаги ижтимоий ахборотга олиб келди, белги системасида акс этди.

Ахборот соҳасида субъект кўп ролларда намоён бўлади: истеъмолчи, ташувчи, сақловчи ва ахборот тарқатувчи, шунингдек уни ишлаб чиқарувчи (генератор) сифатида кўринади. Шунинг учун ахборот соҳаси бир томондан, индивиднинг онгига боғлиқ бўлмаган ҳолда шаклланади, иккинчи томондан эса, унинг таъсирида ўзгаради.

Бугунги кунда тўпланиб бораётган барча ахборот оқимларини қайта ишлаш учун мўлжалланган махсус дастур – аппаратлар мажмуасини яратиш «ахборот портлашини» талаб қилишини исботлашга ҳожат бўлмаса керак. Бу мажмуа ўз ичига йиғиш, сақлаш, қайта ишлаш ва катта кўламли маълумотлар беришни қамраб олади. Маълумотлар ва ҳужжатларни бошқариш учун зарур автоматлаштириш ишларини бажаради. Бироқ ижтимоий фаолиятнинг турли соҳаларида жорий этилаётган амалий ахборотлар маслаҳат тизими ҳар хил вазифани ҳал этапти: бири ишлаб чиқаришда, бошқаси тиббиётда, унингчиси ижтимоий, маданий сервисда, туризм ва ҳ.к.ларда.

Ахборотлар тушунчасида энг муҳим нарса – тегишли манба ва истеъмолчига маълумот етказиш, мақсадга йўналтирилган тизимида алоқа ўрнатиш ҳисобланади. Ахборотлар – қатъий тақсимланган, шов-шувдан холи, ўз эгасигача етказилган маълумотлардир. Бу маълумотни олганлар уни таҳлил қилиши, ўз мақсадларига мувофиқ тегишли қарорлар қабул қилишда фойдаланишлари мумкин.

Ахборот назариясига келсак, у алоқа каналлари бўйича ахборот узатиш қонуниятларини ўрганади. Лекин яна ўша турли табиатдаги тизимларда ўрганади. Ахборот назариясида ахборотларнинг ўлчов бирлиги ва усули белгиланган, унинг миқдорий таҳлилига асос берилган. Информатикада буларнинг бири ижтимоий бошқарув ва илмий асосланган онг технологик тизимларда қурилиши учун фойдаланилади. Ахборотларнинг назарияси таркибий жиҳатдан ахборот жараёнларига бўлинади: қабул қилиш, узатиш, кодлаш, кодни очиш, хотирлаш, сақлаш, чиқариб олиш, етказиб бериш, ахборотларни акслантириш ва ҳ.к. Информатика бошқарувининг технологик юмушлари сифатида бу элементларни юзага чиқаради. Мисол учун, кодлаштиришнинг принципларидан бири – ахборотларни шовқиндан тозалаш ва ортиқча маълумотлардан холи қилиш. Бу тамоилни бошқарувда қўллаб, унинг янги рационал резервларини юзага чиқариш мумкин.

Масалан, меҳмонхонада турганда, қайси кунда, қайси географик манзилда мижоз ўзининг дунёга келганлигидан бахтиёр бўлганини ёзиш шартми? фамилияси ва исми, бобосининг номи ёзилгандан кейин жинсини кўрсатиш нимага керак? Буларга ўхшаш минглаб мисоллар келтириш мумкин, уларнинг ҳар бири арзимас нарсасдек туюлади. Аммо бу ерда кўп сонли қонуни амал қилади. Арзимасгина бўлиб туюлган битта маълумотнома ёки ҳужжатдаги ортиқча графа жамиятдан катта миқдорда вақтни олиши, бошқарув бўғинида тўхтаб қолишларни келтириб чиқариши мумкин.

Ахборот технологияларини ташкил этган усуллар ва шаклланиш воситалари моҳияти шундаки, у ҳар қандай объектларни бошқариш тизимида, жумладан, меҳмонновозлик индустрияси корхоналарида ахборотлар оқимини сақлайди.

Туризм индустриясига кейинги икки-уч ўн йилликларда илмий-техника тараққиёти улкан таъсир ўтказди. Бугунги кунда ҳатто «майда» турагентлар ёки туроператорларнинг асосий ва ёрдамчи функцияларни автоматлаштириш учун ҳисоблаш техникларидан фойдаланиш имкониятига эга эканликларини айтиш кифоя.

Туристтик соҳа замонавий ахборот технологияларини жорий этиш учун идеал равишда мослашган. Унинг учун қисқа муддатда транспорт воситалари ва номер фонди имкониятлари ҳақида маълумот берувчи тизим талаб қилинади. Бу тез резервлар яратиш, тузатишлар киритиш, туристик хизматлар чоғида ёрдамчи вазифаларни ҳал этишини таъминлайди. Бундай автоматлаштириш воситалари вақтни, ортиқча харажатларни тежайди. Масалан, чипта, билетлар олиш, ҳисоб ва йўл кўрсаткичлар тайёрлаш, ахборот маълумотномаси ва ҳисоб-китобни таъминлаш шулар жумласидандир.

Ҳозирги вақтда компьютер тизимидаги у ёки бу маълумотларни олиш турагентлар учун ҳамиша очиқ. Улар бундан алоҳида иш режимида фойдаланишлари, ёки ахборотларни ишлашнинг телекоммуникация воситалари тармоқларини қўллаб контагентлар билан ҳамкорлик қилишлари мумкин.

Туроператорлик тизими турфирма фаолиятида турмахсулотларни шакллантириш, истеъмолчиларга сотишни автоматлаштириш учун мўлжалланган. Ҳозирги вақтда бир неча типда амалдаги дастур-техник тизим маълум, уларни технологик – тополик асосда шартли равишда уч классга бўлиш мумкин:

1. Бир-бирига уланган ҳисоблаш тармоқларида яратилган тизимлар, улар туристик фирма бўлинмалари фаолиятини таъминлайди. Бир бинода жойлашган, ахборот каналларидан фойдаланган ҳолда уларнинг автоматлаштиришсиз ташқи ўзаро ҳаракатини таъминлайди. Қурилманинг тармоқли варианты бир пайтнинг ўзида турли автоматлаштирилган ишчи жойидан бир нечта фойдаланувчиларни марказий базага мурожаат қилиш (ёки базаларга, жумладан, турмахсулотларни ёзиш билан) ига мўлжалланган.

Маълумотлар базаси марказий етарли даражада қувватли тармоқ машинаси–серверда жойлашган. Фойдаланувчиларнинг автоматлаштирилган иш ўринларидан уни билан бемалол улана олиши тармоқ стандарт таъминоти тўпламига кирган тармоқ ускуналари ва тармоқ математикаси ёрдамида таъминланади. Қобик сифатида универсал СУБД дан фойдаланилади;

2) 1-пунктда ёзилган, программа комплексларини ўз ичига олган тизимлар, аммо унда қўшимча равишда туроператорнинг пакет режимда коммутирлашган ёки алоҳида ажратилган каналлари ёки турагентлар томонидан туристик маҳсулотни реализация қилиш учун модем алоқаси амалга оширилган, алоҳида ҳолларда хизматларни етказиб берувчи бошқа районлар (регионлар) билан уланиш мумкин;

3) амалдаги фойдаланишда бўлган ёки янги ташкил қилинган глобал телекоммуникация тармоқларидаги туроператорлик тизимлари. Бу ҳолда у ёки бу фирма турмаҳсулоти ҳақидаги асосий файллар (маълумотлар базаси) глобал тармоқ (тугун) ахборот марказларида жойлаштирилади ва тармоқдан барча фойдаланувчилар учун онлайн режимда уларни олисга узатиш имконини беради.

Турфирмаларда компьютер тизимлари бажарадиган ишларига қараб, уч классга бўлинади:

1.Мижозлар буюртмалари бажарилишини амалга оширадиган асосий технологик тизимлар. Бу тизимда оператор резервлаштирилган бош компьютер тизимига кириш эвазига ҳаракат қилади;

2.Ёрдамчи тизимлар – турфирма функцияларининг автоматлашган хизмати:

3.Ҳужжатлар – ҳисоблар, ваучерлар, билетлар ва йўл кўрсаткичлар, шунингдек бош компьютер ва транспорт тизимлари билан ўзаро ҳисоб-китобларни шакллантиради.

12.2.Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш.

Бронлаштиришнинг ҳозирги замон компьютер тизими – КСБ (Computer Reservation SyStem - CRS) га XX асрнинг 1950 йиллар охири ва 1960 йиллар бошларида асос солинганди. Худди ўша пайтда авиа ташишлар нуфузи ошиши авиакомпанияларга улкан резервлаштириш марказларини яратиш заруратини туғдирди. Уларнинг вазифаси туристик агентлар, мижозлардан почта, телефон, телеграф орқали жойни бронлашга тушаётган буюртмаларни қўлда ишлаш эди. Ғоят катталиги ва ишловчи ходимлар сонининг кўплигига қарамай, ўтган бироз вақт ичида резервлаштириш бўйича марказлар ортиб бораётган ахборот ҳажми нуддалай олмай қолдилар. Бу эса КСБ ишланамаларининг бошланишига тўртки берди.

Ахборотлар ишлаб чиқиш ва тақсимлашда уни узатиш ва кўпайтириш, ишончлигини таъминлаш (шу жумладан, саёҳатлар учун маълумотномалар, прайс-варақлар, билетлар, резервлаштириш тўғрисида ахборотлар) анча қиммат туради. Негаки хато ҳам жуда қимматга тушади, АҚШда айрим компаниялар ҳали ўтган асрнинг 1960 йилларидаёқ ўз хусусий компьютер тизимларини ишлаб чиққандилар. Кейинчалик айрим фирмаларни улар бирлаштиришга ўринишлари муваффақитсизликка учради (1961 йил – «DEL TАMATIC» “Delta”, “PANA-MAC”, «Pan Am»фирмалари), икки Америка компаниялари «American Airlenes» ва “United Airlines” бир – биридан мустақил юқори унумли, рақобатбардош резервлаштириш тизимлари яратдилар.

Бу тизимларнинг пайдо бўлиши билан агентлар саноқли секундлар ичида резервлаштиришни тасдиқлашни амалга ошириш имконига эга бўлдилар. Қиймати ва усулларининг мустақамлиги нуқтаи назаридан авиабилетларни резервлаштириш тизими асосида зарур барча харажатларни шакллантиришда инқилоб ясалганда, тизим мувоффақиятлари ҳам улкан эди.

Ходимлар сонини қисқартириш, таклиф этилаётган хизматлар ҳажмининг кўпайиши, таннархни ва хизмат кўрсатиш вақтининг камайиши оқилона самараси билан бир қаторда кўрсатилган тизимлар авиакомпаниялар маркетинг стратегиясини амалга оширишни таъминлаш имконини берди. Жумладан, нарх белгилаш қисмида, авиалайнерлар юкланиши ва даромад олишида, буюртмачини хабардор қилишда қулайликлар пайдо бўлди.

Авиалиниялар сони кўпайиши билан 1970-йиллар иккинчи яримида самолётлар авиаташишлар ҳажми ўсди. КСБ ҳақли авиабилетларни, резервлаштиришда операцияларни амалга оширувчи асосий восита бўлиб қолди. Фақат ички авиалиниларда 95 % буюртмалар бешта асосий тизим орқали ўтади, улардан «Sabre» ва «Apollo» га 75 % гача тўғри келади. «United Airlines» ва «American Airlines» компанияларининг ўзлари эса фақат 30 % авиаташишни таъминладилар.

Бронлаштиришнинг компьютер тизим тараққиёти йўлида биринчи қадам авиакомпанияларнинг ўзларини идораларида терминаллар ўрнатилиши бўлди. Бу авиакомпаниялар ходимлари иш самарадорлиги ва сифатини кескин ошириш имконини берди. Телефон кўнғироқлари ва телеграммалар орқали туристик агентлар ва жисмоний шахслар томонидан бронлашга берилаётган буюртмалар сонини камайтирмасдан тез ва аниқ ишлашга шароит яратди. Авиакомпаниялар томонидан навбатдаги қадам бир неча йил кейин қўйилади, яъни йирик туристик агентликларда бронлаштиришнинг терминларини ўрнатиш бошланди. Бронлаштиришнинг янги технологияси самарадорлигини тез анлаган туристик агентлар авиакомпаниялардан бронлаштириш тизимида тақдим этилган ахборотлар миқёсини сезиларли кўпайтиришни қатъий туриб талаб қила бошладилар.

Ўз тараққиёти бошланишида Европа бронлаштириш тизимида афазллигини кўрсатган «Amadeus» кейинчалик ўзига хос тарзда америка бозорига ёриб кирди ва бронлаштиришнинг «Sustem One» компьютер тизими билан қуролланиш унга ана шундай имконият эшигини очди.

«Amadeus» тизими Европа ва Жанубий Америкада сўзсиз етакчи сифатида америка бозорида, шунингдек Африка ва Осиё мамлакатларида мустақам ўринни эгаллайди. Туристик агентликларнинг кўпроқ терминаллар сони ва авиакомпанияларини авиабилетлар сотиш идоралари (225 549) «Amadeus» тизимига уланган. Россияда «Amadeus»га 1000 дан кўпроқ терминаллар уланган. Улар Москва, Санкт – Петербург ва яна 30 та Россия шаҳарларидан 600 дан ортиқ агентликлар идораларида жойлашган. Тизимни бошқарув таркиби штат-квартира (Мадрид Испания), барча ахборотларни қайта ишлаш бўйича технологик марказ (Эрдинг, Германия) ва тизим тараққиёти бўйича марказ (Франция) ларни ўз ичига олган. Мадриддаги бош идора коммуникация маркази ҳисобланади ва умумий маркетинг стратегияси, корпоратив ва молиявий йўналишлар (350 дан кўпроқ ходимлар)ни белгилайди.

Ниццедаги махсулотлар тараққиёти маркази фаолияти йўналиши маркетинг махсулотлари ва тараққиёти, мижозларни кўллаб – қувватлаш ва маълумотларсиз хизмат кўрсатиш базаси ҳисобланади. Марказда 1100 дан кўпроқ ходимлар ишлайди. Европада энг кудратли ҳисобланган бош компьютер Мюнхен яқинидаги Эрдингда жойлашган. Бу энг йирик хусусий маълумотлар базаси маркази. Бу ерда бир секунда 2500 дан зиёд трансакция амалга оширилди. Марказда 900 дан кўпроқ ходим ишлайди.

«Amadeus» - энг катта тизимлардан бири 36 млн. дан зиёд саёҳатчилар келмасдан туриб ҳар куни ундан фойдаланишади ва 11 мингга яқин турагентлар уларга сервис тақдим этади. «Amadeus» нуфузи шандаки, унинг махсулотлари ўтириш ўринларини резервлаштиришдан тортиб, автоматик амалга оширишгача бўлган ҳисоб-китобларини доимий равишда ахборот таблосида кенг акс эттиради. «Amadeus» орқали турагентлар сўров билан 100 туроператорлардан истаганига – деярли асосий иштирокчиларнинг барчасига мурожаат қила оладилар. «Amadeus» турган жойдаги турагентликка келган саёҳатчи хизматларнинг тўлиқ пакетини олиши мумкин. Унга авиаучишни бронлаштириш, меҳмонхона, автомобил прокати киритилган. «Amadeus» уларнинг типич бўйича тўлиқ ахборот тақдим этган ҳолда номерлар мавжудлигини, арзондан тортиб қиммат турадиган нархларгача кўрсатади. Бундан, ташқари тасдиқланган бронлаштиришни, бронланган номер нархи ўзгармаслигини кафолатлайди. Уларни агентлик махсус нархларида 51 мингдан кўпроқ меҳмонхоналарга сотилишини таъминлайди.

«Amadeus» фирмаси сўрови бўйича алоқанинг навбатдаги даражасига ўтилади. «Amadeus» «Thiso» ва “Wicom” фирмаларига уланган, улар меҳмонхона хизмати кўрсатишга ихтисослашган, бозорда тез ўзаро ҳаракатини таъминлайдилар.

«Amadeus» тизимининг бош вазифаси қуйидагилар ҳисобланади:

- Туристик хизматлар етказиб берувчиларга авиа темирўл билетлари, отеллар, автомобил прокати ва бошқа сотишнинг ишончли, самарали хизматларини таклиф этиш; абонентга кучли бошқарув ва маркетинг, рақобатбардош ва даромадли усулни таклиф қилиш; маҳаллий ва халқаро етказиб берувчиларга киришга кўмаклашиш, фаолият бошқарувини таъминлаш ва фирма молиявий ишларини юритишда ёрдам бериш.
- Авиакомпаниялар ва турагентларга бир вақтнинг ўзида уларнинг идораларидаги тизимлардан фойдаланиш имкониятини тақдим этиш; техник алоқа воситалари билан глобал хизмат кўрсатишни таъминлаш ва бошқа тизимлар билан иттифоқини йўлга қўйиш.

«Amadeus» тизими авиакомпаниялар билан “Last Stat Av-ailability” режимида ишлайди. Барча трансакция реал вақт режимида амалга оширилади. «Amadeus Fare Quote» тизими дунё бўйича ҳар қандай тарифни топиш ва шу бўйича билет ёзиб беришни кафолатланади. Кўпинча бронлаштиришнинг бу тизими «Start Amadeus» деб ўтказилади. Туристик хизматларни бронлаштиришнинг «Start» системаси «Amadeus» нинг шериги ва «Amadeus»дан ҳар қандай фойдаланувчи «Start»дан фойдаланувчи ҳисобланади. «Amadeus» орқали авиаташишлар, меҳмонхоналар ва

автомобилларни ижарага олишни бронлаштириш амалга оширилади, «Start» орқали эса бошқа ҳамма хизматлар брон қилинади. Россия ва МДХ мамлакатларида «Amadeus» 1993 йилда пайдо бўлди. 1997 йилда майда фирма Аэрофлот билан шерикчилик ҳақида битим имзолади, 1998 «Повет - Сирена» ва ГАВС билан ҳамкорлик кўзда тутилаётган битим тузилди.

Бронлаштиришнинг халқаро компьютер тизими «Galileo International», «TheGalileo Company Ltd» компанияси томонидан яратилган. Бу компанияга 1917 йил июлда «Brtsh Airways», «Swissair», «RLM» ва «Covia» авиакомпаниялари томонидан асос солинган. 1987 йил августда таъсисчиларга «Alitalio» ва «Austrian Airlines» қўшилдилар. 1987 йил октябрда таъсисчилар таркибига «Air Linqus» ва «Tap Air Portuqal» кирдилар. 1988 йилда уларга «Sabena» ва «Olympic Airuveys» нинг қўшилиши билан компания таъсисчилари таркибини шакллантириш якунланади.

«Galileo» ва «Apollo» системалари базаларида дунёдаги барча бронлаштиришнинг учдан бир қисми амалга оширилаяпти.

«Galileo Intepnational» да 3 мингга яқин менежерлар, дастурчилар ва операторлар банд. Маълумотларни ишлаш маркази Денвердан унча узоқ бўлмаган Колородо штатида жойлашган. У йилнинг 365 куни давомида суткасига 24 соат фаолият кўрсатади, ҳар куни 200 млн. дан зиёд хабарларни қайта ишлайди.

Агар «Amadtus» глобаль ГДС бозорида терминаллар бўйича биринчи ўринни эгалласа, тизими уланган турагентлар сони бўйича етакчилик сўзсиз «Galileo»га тегишли. Бу тизими авиакомпаниялар, меҳмонхоналар занжири, компаниялари, автомобилларни прокатга бериш нуқталари, меҳмонхоналар, туроператорлар, кема гуруҳлари (кема саёхатини бронлаштириш), сафарларни бронлаштириш имкониятлари, театрларга билетлар сотиш, тарифлар ҳақида ахборотлар, обҳ-ҳаво маълумотлари, визалар, эмлашлар, кредит карталари ва бошқалар тақдим этилади.

«Galileo» хизматидан жаҳоннинг 107 тадан кўп мамлакатлараро турагентлари фойдаланадилар. «Galileo» турфирмалари ахборотларга киришни таъминлайди, йўл-йўлакай туристик хизматлар кенг турларини брон қилишга имкон беради. «Galileo International» дастури иштирокчилари ҳақида ахборот (жадваллар, мавжуд ўранлар, тарифлар ва бошқа)лар 100 дан ортиқ мамлакатлардаги обуначиларга жўнатилади.

«Galileo» ҳар қандай бошқа тақсимлаш тизими сингари, маълум вазифаларни бажариш учун мўлжалланган ва иловада деб аталган мажмуа тизимларидан иборат. Барча иловалар битта «Мукова»га бирлаштирилган ва «Focalpoint» («Sita» тармоғи орқали уланишади) ёки «Fosalpoint Net» (Интернет орқали уланганда) деб аталади. Функционал ва бошқа вариантлар имкониятлари бир хил ўхшаш икки уланиш мавжудлиги «Galileo International» ни ҳам йирик, ҳам унча катта бўлмаган турфирмалар алоқаларига мўлжалланганлиги билан боғлиқдир.

Глобаль электрон тақсимлаш билан шуғулланган «Galileo» санокли йиллар ичида бутун жаҳон туристик бизнесини боғловчи мезон бўғинига айланади.

Яқин йилларда компания ўз ютуқларини ривожлантиришни мўлжаллаяпти. Жумладан, катта потенциалга эга янги туристик бозор эвазига бунга эришилади. Шунингдек у фойдаланувчилар учун жуда қулай, географик картада акс эттирилган, тўлиқ график интерфейсларни таклиф қилмоқда. Буларнинг барчаси биргаликда жамланиб, ўзлаштирилиши ва фойдаланиши осон, ноёб дастурни таъминлашга имкони беради.

Бундан ташқари “Galileo” таклиф қилади:

-Ҳар қандай мураккаб ҳаво маршрутлари қийматини (“Global Faree” маълумотлар базасига қўшилган нархларни) жаҳон нарх етакчи тизимида бир кунда уч марта янгиланиб турадиган миллиарддан кўп нарх позициясида танлаб автоматик тарзда қайта ҳисоблаб беради. «Энг яхши нархлар»ни танлайди, янада «яхшироғи» чиқса автоматик равишда бронлайди, маршрутлар учун нархни тез ҳисоблаб беради, бунда бронсиз, “Private Faree” агентлиги билан боғланиб, келишилган нархлар бўйича маълумотлар базасидан фойдаланади:

- маҳаллий «Билет маҳсулотлари» чиқариш учун кенг имкониятлар (BSP)§
- маҳаллий солиқларни автоматик тарзда ўтказиш;
- АТВ – билетлар ва пропускарларни автоматик ёзиш;
- STP – йўл-йўлакай ҳужжатларни ёзиш;
- ET – электрон билетлар яратиш;
- Ҳужжатлар чиқариш имконияти, мижозларни шахсий талабларини тўлиқ қондириш (агентликларга кўникиш, алоҳида иш усулига одатланиш, ҳужжатлар шакллари очик тушиниб олиш, ҳар қандай тилдаги сўровга жавоб бериш);
- доимий мижозларга юксак даражада хизмат кўрсатиш (“Client File” ва “Travel Scoreen” дастури ёрдамида ахборотлар узатиш юқори тезлигини таъминлаш, шунингдек, мижозларнинг қўшимча истакларини автоматик эслаб қолиш ва узатиш);
- агентликларнинг барча типларига яроқли (базавий терминалга қўшилиш, агентликда мавжуд электрон тизимига уланишга эгилувчан ёндошиш, олис станциялар билан алоқани таъминлаш, лойиҳаларни «калити билан» қувватлаш) усулларни техник ҳал қилиш ва ишбилармонлик воситалари;
- доимий қўллаб-қувватлаш ва жойида ўқитиш (агентлар орқали, бориладиган мамлакат тилига ва тегишли тилга зарур ўқув қўлланмалари, шунингдек Интернет орқали);
- туриндустриянинг барча автоматлаштириш соҳалари бўйича бепул маслаҳатлар (ГДС “Galileo” га уланиш амалиётда пайдо бўладиган муаммолар ёки ҳамкорлик шартлари ўзгаришига таалуқли бўлганда).

12.3.Туризмда Интернет технологиялар.

Туристтик бизнесда Интернет қўлланилишини характерлаб, бир неча йўналишларни ажратиш мумкин. Биринчи – ўз хизматларини бозорда ўтказиш учун макондан моҳирона фойдаланиш. Интернетда реклама тобора оммавийлашиб бораёпти, йирик туроператорлар ва кичик турагентликлар Web-

саҳифалари ва шахсий серверлар билан фаол кириб боришарди. Олис мамлакатлар, экзотик саёҳатлар ва туристик хизматларга нархлар ҳақида ахборотларни исталган қидирув тизими орқали топиш мумкин. Мисол учун, ([http: WWW. rambler.ru](http://WWW.rambler.ru)) – жуда оммавий қидирув тизими. «Туризм» сўровига 4,5 мингдан зиёд ноёб маълумот бера олади.

Аммо бой кўриниш танлови алдамчи, кўпчилик саҳифалар фойдалануви учун унчалик қизиқарли бўлиб чиқмайди ва жуда нари борса таклиф қилинаётган мамлакатлар руйхатини ва идоралар телефонларинигина беради, холос. Сайтни тўлақонли маълумотлар билан тўлдириш ва ахборотларни мунтазам янгиланишини таъминлаш ўз шахсий серверларни ва қимматбаҳо хизмат кўрсатиш имкониятига эга йирик фирмаларнинггина қўлидан келади. Ишончли алоқани таъминлашга қодир, маълумотларни юқори тезликда узатиш, одатдаги алоқа воситаларига нисбатан харажатларни камайтиришда янги телекоммуникацион тизим имконияти ниҳоятда катта, Интернет турфирмаларини нафақат реклама воситаси сифатида жалб этади, балки филиаллар ва агентликлар билан ўзаро ҳаракатини ташкил қилишда ҳам ноёб усулдир. Йирик туроператорларга ҳар куни юзлаб турагентликлар билан алоқада бўлиб туришга тўғри келади, баъзан улар турли мамлакатлардан бўлишади. Шу нуқтаи назардан ҳам Интернетнинг баҳоси йўқдир. Бутун Интернетда деярли барча етакчилик қилаётган туроператорларнинг маҳоратли вакиллари аниқлаш мумкин.

Интернетнинг ривожланиши дунёда туристик бизнесни шунчалик тез суръатда ўзгартирардики, кўпчилик турфирмалар янги технологиялар билан танишишга зўрға улгуришмоқда. Электрон тижоратдан олинган фойда ҳали охиригача таҳлил қилиб кўрилмаган бўлсада, айрим мутахассислар турфирмаларни электрон технологияга жалб этиш айниқса АҚШ ва Ғарбий Европада юқори суръатларда борётганига шубҳа билан қарашмоқда. Бир Интернет унинг бизнесини қандай қилиб самарали қилиши мумкинлигини уйлаб боши қотган, бошқаси эса плюс Бутунжаҳон туридан аллақачон фойдаланмоқда. Шубҳа йўқ, Интернетда ўз сайтини очган ва Интернет – тизимдан бронлаштиришда фойдаланаётган компаниялар ўз мижозлари ва турагентликлар билан олдингина нисбатан самаралироқ ўзаро ҳамкорлик қилишмоқда.

Амалда ҳар бир тўлақонли функционал сайт ўзини автоматлаштирилган ахборот технологиялари тизими (САИТ) сифатида намоён қилади, улар тармоққа ташриф буюрувчи фойдаланувчилар учун ҳам, мазкур сайтни ушлаб турган туристик корхоналар ходимлари учун ҳам мўлжалланган.

САИТ яратиш учун олиб борилаётган ишлар кўп вақт ва амалга ошириш мураккаблиги шундаки, бундай тизими тегишли туркорхоналар (турфирмалар) комплекс бошқарув автоматлаштирилган тизимига қўшилган бўлиши керак ва ўзининг маълумотлар базаси ёрдамида унинг кўпсонли соҳалари фаолиятини таъминлаши лозим.

САИТ асосий тизим ости бўлимлари қуйидагилар ҳисобланади:

- компьютер техник инфраструктураси ва тизимли, дастурли, таъминотли тармоқ ускуналари;
- маълумотлар базалари бошқарув тизими (СУБД);

- САИТ функционал хослигини қўллаб-қувватлаш учун дастур таъминоти.;
- ахборот-лингвистик таъминот. Саналган элементлар ўзаро мустаҳкам боғланган ва САИТ реализацияси жараёнида параллел равишда яратилиши шарт.

Бундай тизимлар лойиҳалаш, ишлаб чиқиш ва амалга оширишда биринчи навбатдаги вазифа сифатида қуйидаги 10 босқични таклиф қилиш мумкин:

1. Тизимларнинг стратегик вазифалари лойиҳаси ва концептуал моделини тайёрлаш – фаолият бош йўналишини белгиловчи (айниқса маркетинг стратегияси ва туристик йўналиш тараққиёти) ва фирма аниқ эҳтиёжи, шунингдек ресурс таъминоти состави, қисқача хужжатлар.

2. Асосий шериклар билан консультация ўтказиш (масалан, ташувчилар, туроператорлар, сайр-томоша ва тадбир уюштирувчилар вакиллари, телекомпаниялар, кредит карталари бўйича хизмат кўрсатувчи компаниялар билан), акциядорлар ва шахслар билан лойиҳани амалга ошириш юзасидан ишончли қўллаб-қувватлашга эришиш фирмалар бутун фаолиятига таъсир этувчи катта пул харажатлари ва вақт йўқотишларга барҳам бериш.

3. Фойдаланувчилар талабларини қондириш учун зарур хизматлар лойиҳасини тайёрлаш. Шу мақсадга келгуси фаолият режалари ва САИТ таъминлаши лозим бўлган вазифаларни ўйлаб топиши лозим. Системалар функционал даражасини ва ҳар бир функциянинг йўналишларини аниқлаш зарур.

4. Бозорда мавжуд тизимлар тадқиқотларини ўтказиш, сўровларни уларга фойдаланувчиларга зарур намунавий хизматлар хусусиятларини қўшиб ишлаб чиқарувчига жўнатиш.

5. Стратегик ишлар устидаги ишларни яқунлаш, тадқиқотлар натижаларини умумлаштириш, агар зарур бўлса, мутахассислар маслаҳатлари, функционал специфик вариант узил-кесил ишланмалари ва техник-иқтисодий асосланган бизнес-режани, қўшилган молиявий ва моддий харажатларни, даромадларни, бошқа зарур кўрсаткичларни ҳисоб-китоб қилиш.

6. Конкурс ўтказиш ва таклифларни баҳолаш.

7. Ахборотларни ичига олган архитектура ва топология тармоғи техник специфик сўрови ва етказиб бериш келишуви.

8. Лойиҳани амалга ошириш ҳақида узил-кесил қарор қабул қилинишидан олдин харажатлар ва ишларни ҳисобга олган ҳолда техник-иқтисодий асосланган таҳлил.

9. Мухим аҳамиятга эга позицияларни ичига олган, асосий етказиб берувчи билан биргаликда тайёрланган лойиҳани амалга ошириш графигини ишлаб чиқиш. У нафақат электрон ускуналарни монтаж қилинишини, балки туристик корхона (турфирма)лар фаолиятининг барча ҳажмини қамраб олиши керак.

10. Лойиҳани амалга оширишни назорат қилиш бўйича гуруҳлар тузиш ва лойиҳа менежерини тайинлаш. Шунинг унутмаслик керакки, электрон тижорат электрон сегментлардан кўпроқ кўзга ташланадиган қисмлардан бири, ҳақиқатдан кўп аспектларга эга. Бу агентликлар ва мижозларни янада кенг қамраб олади, менежмент тармоқларидан кенг фойдаланади. Сотиш

бўлимларини янги, унумдорроқ иш даражасига ўтказди. Олис бошқарув тизими ишларини йўлга қўяди. Турли даражадаги менежментларни боғлайди, ҳисоб-китоблар тизимига ўзгартиришлар киритади. Энг яхши таклифлар билан провайдерлар топади. Мижозлар сервис соҳаларини кенгайтиради. Мижозлар маълумотлари базаси билан фаол иш олиб боради. Агентлар тармоғини самарали бошқарувини таъминлайди ва бошқа кўплаб ишларни амалга оширади.

Туристтик индустрия корхоналари ўз маҳсулотларини Интернет орқали сотиш ва маркетингнинг потенциал имкониятларини тез баҳоладилар. Бу айниқса авиакомпаниялар ва меҳмонхоналарга таалукли. Улар глобал маҳсулотларни истеъмолчиларга кўпроқ ўз мамлакатларидан ташқарида кўплаб регионларга сотаётганликларини фахмладилар.

Интернет бу мақсадлар учун идеал воситалар тақдим этади, негаки унинг хизматлари баҳоси глобал ва маҳаллий бозорларда бир хил. Анъанавий маркетинг операциялари бюджетлари бевосита географик камровга пропорционал (босиш ва тарқатиш қиймати кўпайиши эвазига), Интернет учун эса географик омилларнинг аҳамияти йўқ: унинг хизматлари баҳоси Web – сайтларга қанча одам ташриф буюрганига боғлиқ эмас. Шунини таъкидлаш керакки, одам ташриф буюрганига боғлиқ эмас. Шунини таъкидлаш керакки, Интернетнинг мультимедия воситалари туризм ва саёҳатни олға ҳаракатланишига беқиёс имкониятлар эшигини очади.

Ҳар қандай компания Web – сайтга эга бўла туриб, унинг ресурсларига мурожаат қилувчи шахс турагент ёки потенциал сайёҳ бўлишини истайди. Аммо уларни Интернетда қизиқувчилардан фарқлаш осон эмас.

Индивидиал ва иш юзасидан сафарга жўнаётганлар учун муҳими нарх эмас, тез кўрсатиладиган сифатли хизматдир. Шунинг учун ҳам тегишли турагентлар Интернет-технологияларни эгаллаш учун рақобатни авж олдирадилар. Бундай агентликлар мижозлари ва менежерлари турсайтлар бўйича тинимсиз «Саёҳат» қиладилар. Кўпчилик россияликлар ҳали Интернетда ўз кредит карточкаларидан фойдаланишга қўрқадилар, ошириш учун турагентликларга мурожаат қиладилар.

Интернетда туристик индустриянинг минглаб компаниялари хусусий секторлари иштирок этади. Улар бу тежамли тақсимлаш канали дунёдаги барча истеъмолчиларга ишонч ҳосил қиладилар.

Энг машҳур кидирув директорияси – Vohoo! шунини назарда тутиш керакки, бу директория редакторлари унинг саҳифаларига тушадиган сайтларга нисбатан сайлов сиёсатини ўтказадилар. Тармоқда Vohoo! руйхатидагига қараганда туристик сайтлар анча кўп. Туристтик индустрияга таалукли бўлган Web – сайтлар умумий сонининг саноғига етиш қийин. Лекин, улар 250 мингга яқинлигини тусмоллаш мумкин.

Интернет – технология туризмни ривожлантиришда улкан қизиқиш уйғотади. У қуйидаги имкониятларга эга:

- ахборотлар ва маҳсулотлар таклифини дунё бўйича нисбатан арзон нархда кўпроқ одамларга етказди;
- анъанавий матбуот нашрларига нисбатан анча юқори сифатли ахборотларни тақдим этади;

- истеъмолчиларга маҳсулотларни енгилроқ ва оддий усулларга бронлаштиришни таъминлайди;
- ишлаб чиқариш ва ахборот тарқатишда катта тежамкорлик беради.

Туристтик бозор иштирокчиси портал ҳисобланади (ихтисослашган САЙТ, тематикани белгилаш бўйича катта маълумотлар базасига эга). Уни Интернетда ишловчи ташкилот қўллаб-қувватлайди ва юз минглаб ёки ҳатто миллионлаб фойдаланувчилар учун онлайн технологияси дарвозаси бўлиб ҳисобланади. Портални қидирув дерикторияси, дастур маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи ёки ТВ канали тақдим этиши мумкин. Компания нима билан шуғулланмасин муҳими истеъмолчи унинг хизматидан фойдалансин, унга ишонсин. Компаниянинг ишончли нуфузи унинг маҳсулотларига, жумладан, туристик маҳсулотларига ишонч туғдиради.

Интернет портали – бу биринчи сайт унга фойдаланувчи тармоққа киришда ташриф буюради. Браузер тармоғининг дастур таъминоти уй – саҳифаси деб аталган саҳифани яратиш имконини беради. Бу Web –сайт бўйича автоматик жимлик фойдаланувчи онлайн режимига чиқишда дисплей экранда пайдо бўлади. Ҳар бир порталнинг вазифаси ўз уй саҳифасини шакллантириш. Интернет хизмати провайдери билан шартнома имзолаб, истеъмолчи дастур таъминот олади, тугмача босилиши билан автоматик тарзда уй саҳифаси пайдо бўлади, моҳиятан бу провайдер Web –сайтидир. Айрим кўпроқ машҳур порталлар провайдерлар ҳисобланади, масалан, AOL ёки “Compu Serve”, лекин Excite Hotbot каби қидирув директориялари ёки янгиликлар сайти CNN ҳам портал бўлишлари мумкин. Фойдаланувчилар ишончини қозониш учун кўпчилик порталлар ўз хоҳишига кўра бўлимлар танлаб уй саҳифалари мазмунини алмаштириш имконини тақлиф қиладилар.

Уй саҳифалари. Фойдаланувчи учун Web – сайтга кириш уй саҳифаларидан бошланади. Бу саҳифалар мазмуни қизиқарли ахборотларга бой, туристик марказларга жалб қилиш жозибаси бор. Бу эса ҳал қилувчи омиллар ҳисобланади, сайтга ташриф буюрувчилар сони шуларга боғлиқ, у истеъмолчинини қизиқтириш, унинг дунё қарашини кенгайтириш имкониятига эга. Интернетда уй саҳифалари «намунали» сайтлар бўлишига қарамай, ташқи кўриниши билан ҳам, мазмуни билан ҳам фарқ қилади. Улар бир неча умумий қирраларга эга: одатдагидек ташриф буюрувчига катта ҳажмда ахборотлар тақлиф қилади, улар оддий ва тушунарли тарзда баён этилган: сайт мазмуни ҳақида тасаввур беради; туристик марказнинг қисқача тафсилотини, фотосуратлар, карталар, жадваллар, логотип (фирма белгиси) тақдим этади.

Web – сайтда умумий ахборот. Ахборот маданий анъаналар ва урф-одатлар муҳим роль уйнайдиган ёки алоҳида хусусиятлар касб этган регионлар учун аҳамиятлидир. Негаки потенциал туристларни кўпинча ана шулар ўзларига жалб этади. Ким илгари туристик регион ҳақида базавий маълумотлар олмаган бўлса, қаерга бориш керак, иқлим ва регион географияси қандай, аҳолиси нима билан банд, замонавий воқеалари, тарихи, маданияти, одатлари, телекоммуникацион хизмат, жамоат транспорти, дўконлар ишлаш вақти каби маълумотларга зарурат бўлади.

Одатда ёрдамчи ахборотлар сайтга юкланган кенг ва батафсил матнлардан иборат. Бундан қочиш керак – Web сайт ташриф буюрувчига

матнни ўқиш ёки уни ўтказиб юбориш имконини бериши лозим. Муваффақиятли сайтлар кўп сонли саволлар бўйича батафсил ахборотларни таклиф қилади ва бунда самарали индекслар тизимига эга. Улар ташриф буюрувчига фақат уларни қизиқтирувчи маълумотларни танлашга кўмаклашади. Материал мазмуни оддий ва тушунарли тарзда берилади.

Web –сайт хусусиятлари. Интернет фойдаланувчидан юксак даражада маъсулият талаб этувчи восита ҳисобланади. Агар Web –сайтда аниқ структура етишмаса, хавф пайдо бўлди, ташриф буюрувчи эсанкираб қолади ва уни тарк этади. Шунинг учун Web –сайт биз айтиб ўтганимиздек, фойдаланишда қулай ва тушунарли бўлиши керак. Бунинг учун у маълум хусусиятларга эга бўлиши лозим. Барча муваффақиятли сайтлар у ёки бу даражада ана шундай хусусиятларга эга:

- ҳар бир саҳифада уй саҳифасига таянилиш ўтказилади. Бу ички алоқа ва кўп саҳифага эга катта сайтлар учун айниқса муҳим. Ҳар бир саҳифасига таяниш фойдаланувчига бошланғич нуқтага қайтиш имконини беради, агар у истаса сайтнинг бошқа бўлиmidан ахборот олиши мумкин;
- сайтнинг асосий бўлимлари руйхати ҳар бир саҳифада мавжуд. Бу уй саҳифасига таянилгандан кейин навбатдаги қадам, у фойдаланувчига кўп вақтни тежашга ёрдам беради. Фойдаланувчи бўлимлар руйхатидан фойдаланиб, ҳар сафар бошланғич нуқтага қайтиб юрмасдан, дарҳол керакли бўлимга тушади. Бундай хизматни киритилиши сайтдан фойдаланишни жуда енгиллаштиради;
- қидирув воситасининг мавжудлиги ва вақтни тежайди, фойдаланувчига керакли сўзларни топиш имконини беради ва унда Web –сайтда керакли ахборот борлигига ишонч ҳосил қилдиради. Бу фойдаланувчи специфик ахборот излаганида яна ҳам мақсадга мувофиқ;
- бир неча тиллардан фойдаланиш. Web –сайтга улар учун инглиз тили она тили бўлмаган тобора кўпроқ одмлар мурожаат қилмоқда. Шунинг учун, сайт саҳифаларида уч-тўрт тилда ўқиш имкониятига эга бўлиши жуда муҳим.

Кўп сонли Web –сайтларни ўрганиш натижасида сайтлар мазмуннинг қуйидаги мезонларини таклиф этиш мумкин:

- уй саҳифалари кўпроқ ахборотлар билан тўлдирилган ва ташқи кўринишидан диққатни тортадиган бўлиши керак. У сайт мазмунида кўрсатилиши ва туристик марказларнинг ижобий томонларини шакллантириши зарур;
- сайт саҳифалари тартибли сақланиши лозим, ахборотлар эса мунтазам янгиланади;
- сайт саҳифалари структураси оддий ва тушунарли бўлишига эътибор бериш керак, ахборотлар эса қизиқарли ва олиш учун қулай бўлсин;
- фойдаланувчи сайтда ўзи учун керакли ахборотни топишга ишонч ҳосил қилиши ва уни осон топиши учун шарт-шароит яратилган бўлиши зарур; агар сайт барча зарур ахборотларга эга бўлмаса, у бошқа тегишли сайтларга таяниши керак;

- сайтлар имконият даражасида интерфаол бўлмоғи лозим.

Таянч сўз ва иборалар: ахборот, ахборот технологияси, информатика, маълумотлар базаси, компьютер тизимлари, бронлаштириш, «Amadeus» тизими, «Galileo» тизими, Интернет, туризмда интернет.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳиятини тушунтиринг.
2. Туризмда ахборот технологиялари аҳамияти.
3. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш қандай амалга оширилади.
4. Интернет технологиялари ҳақида тушунча беринг.
5. Туризмда Интернет технологияларининг ўрни.

ХШ.Мавзу.Туристтик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари

Режа:

- 13.1.Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.
- 13.2.Туристтик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги.
- 13.3.Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни.
- 13.3. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.

13.1.Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.

Фирманинг мувафақиятли фаолият кўрсатиши, нафақатгина ишлаб чиқарилган маҳсулотга боғлиқ бўлади. Сифатли товар ишлаб чиқаришнинг ўзигина кифоя қилмайди, у ўз истеъмолчисини ҳам топиши зарур. Маҳсулотни потенциал истеъмолчи билан учрашуви уни жорий қилишнинг муҳим шарти бўлиб ҳисобланади. Шунинг учун кўпгина ишлаб чиқарувчилар сотишнинг шахсий каналларини шакллантириб ўз товарларини воситачилар орқали бозорга чиқаради.

Сотиш канали (ёки дистрибуция канали) – бу фирма ёки алоҳида шахсларнинг (воситачиларнинг) йиғиндиси бўлиб, конкрет товар ёки хизматларнинг мулкчилик ҳуқуқини ишлаб чиқарувчидан истеъмолчигача узатишда бошқа шахсга ёки ўз зиммасига олишга ёрдам беради, шу тарзда ишлаб чиқарувчига тижорат фаолиятининг нормал жараёнини таъминлайди.

Бошқача сўз билан айтганда, сотиш канали – бу товар ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига томон ҳаракатланадиган йўл бўлиб ҳисобланади. Шу туфайли товар ва хизматлар уни харид қилишни истовчилардан ажратиб турувчи вақт бирлигида, жой ва мулкчилик ҳуқуқини узоқ узилишларни бартараф этади.

Туристтик хизматларни ишлаб чиқарувчидан то сўнги истемолчигача бўлган ҳаракатланиш жараёни бевосита эмас, кўп ҳолларда унинг бевосита контактини кўзда тўтмайди. Замонавий туристик бозор воситачилик бўғинининг каттагина миқдори билан тавсифланади, уларсиз туристик товар ва хизматлар ишлаб чиқарувчилари оддийгина нормал фаолият кўрсата олмайди. Воситачилар ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар ўртасидаги оралик ҳолатни эгаллайди, ҳамда товар ҳаракати жараёни, бозор хўжалигини алмаштирилмайдиган муҳим элементи бўлиб ҳисобланади.

Туристтик бозорда ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасидаги худудий ноумумийлик мавжуд. Шу сабабли потенциал истеъмолчилар билан алоқалар фақатгина ўзига хос воситачилик ташкилотлари туроператорлар ва турагент орқалигина мумкин бўлади. Туристтик бозорда ишлаб чиқарувчилар бўлиб, ишлаб чиқариш, сервис, маданий ташкилотлар шулардан меҳмонхоналар, ресторанлар, музейлар, кўرғазма, транспорт компаниялари, спорт муассаслари ва ҳ.к. ҳисобланади.

Туризмда воситачилар бир неча ишлаб чиқарувчилар хизматини жорий қилади. Туристтик хизматларни силжитиш жараёнида туроператорнинг туристик маҳсулоти деб номланади ва сотиш каналлари орқали истеъмолчига етказилади. Туристтик бозорда туристик маҳсулот ва хизматларни жорий

қилиш бевосита истеъмолчига битта ёхуд бир нечта воситачиларни ўз ичига олувчи сотиш каналлари орқали амалга оширилади. Мазкур ҳолатга яққол мисол бўлиб жойлаштириш бўйича ўз хизматларини кўп сонли турфирмалар орқали амалга оширувчи, ҳамда уларга бевосита мурожаат қилган туристларга турагентлик воситачиларини четлаб ўтган хизмат кўрсатувчи меҳмонхоналарни олишимиз мумкин. Шунга қарамасдан кўпгина ишлаб чиқарувчилар ўзлари етказиб бериб, воситачилар роли ва функциясини ўзлари бажарадилар. Туризмда савдо воситачилардан фойдаланиш ва сотиш каналларини шакллантириш истисно тариқасида эмас, балки қоида бўлиб ҳисобланади.

Ўзининг тадбиркорлиги спецификаси бўйича малакали туроператор турмахсулотни яратади, ўз турларининг умумий бош каталогини чоп этади, турларнинг улгуржи савдосини олиб боради ва сотилган турларда туристларга хизмат кўрсатишни таъминлайди. Қоида бўйича турларни бевосита истеъмолчиларнинг ўзига сотиш туроператорнинг асосий вазифаси ҳисобланмайди. Бироқ, ҳар бир корхона ўз маҳсулотларининг пировард сотилишидан манфаатдордир. Шу сабабли, туроператорлик фирмаси фаолиятининг аҳамиятли йўналиши турмахсулотларининг сотилишини таъминлашдир. Бу вазифа эса турмахсулотни ишлаб чиқарувчидан потенциал истеъмолчига қадар етказиб берадиган сотиш тармоқлари зиммасига юклатилади.

Сотиш тармоқларини шакллантириш, сотиш бўйича истиқболли ҳамкорларни излаш, уларнинг иш сифатларини ўрганиш, битимлар тузиш ва ҳамкорликни такомиллаштириш бўйича вазифаларни ўз ичига олади.

Сотишларнинг ҳар қандай шакли ва кўринишида ҳамма вақт ҳар бири инглиз алфавитининг «Р» ҳарфи билан бошланадиган етти маркетинг тадбирлари кетма-кетлигига риоя қилиш зарур. Булар куйидагилардир: "маҳсулот" (product), "режалаштириш" (planning), "жой" (plase), "одамлар" (people), "нархлар" (prices), "силжитиш" (promotion), «жараён» (process). Яъни, бу фирма фаолиятининг стратегик режалаштирилиши асосида ишлаб чиқилган, керакли жойда таклиф қилинган, маълум истеъмолчилар сегментига адресли йўналтирилган, маъқул стандардаги, тўғри тақдим қилинган ва сифатли хизмат кўрсатиш билан сотилган маҳсулотдир.

- product* -----▶ *Тур маҳсулот (тур)*
- planning* -----▶ *Талаб асосида режалаштирилган*
- plase* -----▶ *Керакли жойда таклиф этилган*
- people* -----▶ *Маълум истеъмолчилар сегмендга таклиф
этилган*
- prices* -----▶ *Маъқул нархларда*
- promotion*-----▶ *Тўғри тақдим қилинган ва реализация
қилинган*
- process* -----▶ *Сифатли бажарилган хизмат кўрсатиши билан*

Туристик ташкилотлар амалий ортида сотиш каналлаини шакллантиришнинг икки йўналиш ажратилади: *ташқи (хорижий)* ва *ички* каналлар.

Сотишнинг ички каналлари - бу, шу мамлакатнинг ичида турли туристик хизматлар сотадиган (шу мамлакат ҳудудида жойлашган мамлакат

фиқорасими ёки хорижликларми, яъни, кимга сотилишидан қатъий назар) филиаллар, бўлинмалар ва воситачилик ташкилотлари тизимларидир.

Сотишнинг ташқи каналлари - бу ўз мамлакатида берилган мамлакатга шартномага асосан туристик саёҳатлар сотиш мажбуриятини қабул қилган хорижий туристик фирма-воситачиларнинг маълум сонидир.

Маркетинг стратегияси ҳам ички ҳам ташқи сотиш каналларидан фойдаланишни кўзда тутлади. Бироқ уларнинг аҳамияти ишлаб чиқариладиган хизматлар характерига мос равишда турлича баҳоланиши мумкин. Агар туристик ташкилот комплекс хизмат кўрсатишга махсуслашган бўлса, унинг сотиш механизми асосан хорижий воситачиларга йўналтирилган бўлиши лозим. Туризм бизнеси гигантлари «Американ Экспресс» ёки «ТомасКук» каби хорижий давлатларда ўз агентликлари ёки ваколатхоналарини очишлари мумкин. Аммо бошқа мамлакатларда ўз сотиш каналларини яратиш жуда катта валюта харажатлари билан боғлиқ ва бундай қарор қабул қилишга фақат йирик фирмаларгина қодирдирлар. Ўз хизматларини хорижда сотиш учун ўрта даражадаги фирмалар учун маҳаллий бозорда яхши позицияга ва бунақа ишларда катта тажрибага эга бўлган туристик ташкилотлардан фойдаланиш кўп жиҳатдан фойдалироқдир.

Ташқи савдо механизмини шакллантиришда хорижий туристик фирмалар билан шартнома ва битимлар асосида ҳамкорлик муносабатларини ўрнатишни англалади. Шунинг учун уларни ўрганиш бу механизмнинг самарали фаолият юритишининг аҳамиятли шарти ҳисобланади.

Агар турфирма катта ҳажмларда алоҳида туристик хизматлар ишлаб чиқарса, шунга мувофиқ ривожланган ички сотиш механизмига ҳам эга бўлиши керак.

Бозорда туроператор вазифасини улгуржи савдо ташкилоти фаолияти билан тенглаштирса бўлади: у меҳмонхона, транспорт ва туризм индустриясининг бошқа корхоналари хизматларини катта ҳажмларда сотиб олади ва воситачилар орқали ёки бевосита тўғридан-тўғри истеъмолчиларга сотадиган турлар дастурларини ишлаб чиқади.

Туроператорлик фирмаларининг кўп йиллик амалий фаолиятларида турмаҳсулотни сотишнинг турли йўлларидан фойдаланилади.

Улар орасида қуйидагиларни ажратишимиз мумкин:

- хусусий сотишлар бюросини ташкил этиш (савдо нуқталари);
- воситачи турагентлик тармоқларини ташкил этиш;
- йирик ташкилот ва корхоналар билан алоқа ўрнатиш;
- махсуслаштирилган магазинлардан фойдаланиш;
- почта орқали турларни сотиш.

Умумий қилиб айтиладиган бўлса, турмаҳсулотни сотишни ташкил қилишнинг икки шакли мавжуд: хусусий сотишлар бюросини ташкил этиш ҳамда контрагентлик тармоқларидан фойдаланиш.

Кўп фирмаларда турмаҳсулот сотиш каналлари комбинациялашган, яъни, ҳам хусусий сотиш бўлинма ва тузилмалари, ҳам контрагентлик тармоқлари мавжуд.

Туристик маҳсулотни сотишнинг асосий шакллари тавсифномаси.
Хусусий сотишлар бюроси - бу, туроператорлик фирмасининг ўзига тегишли

бўлган, турларни сотиб олувчилар билан бевосита иш олиб борадиган савдо нуқталаридир. Буларда харидорларга сотувда мавжуд турлар ҳақида маълумот берилади, брон қилиш учун талабномалар қабул қилинади, сотиш шартномалари тузилади, тўловлар қабул қилинади, хорижий визаларни расмийлаштириш учун паспортлар қабул қилинади, туристик ҳужжатлар расмийлаштирилади ва берилади, шикоятлар кўриб чиқилади ва ҳоказо.

Туроператор ўз молиявий имкониятлари ва бозордаги операциялари ҳажмидан келиб чиқиб, турли жойларда жойлашган бир неча савдо нуқталарига эга бўлиши мумкин. Йирик туроператорлар филиаллари нафақат ўз мамлакати, балки хорижий давлатларда ҳам мавжуд.

Савдо нуқталари, одатда, шаҳарнинг гавжум жойларида, мижозлар учун қулай, одатда, биринчи қаватда жойлашган бўлади. Кўча томондан фирма номи туширилган чироқли, тез кўзга ташланадиган вивеска ўрнатилади. Йўловчилар диққатини ўзига жалб қиладиган, фирманинг турли реклама материаллари билан безатилган кўча витринаси реклама ролини ўйнайди.

Савдо нуқтасининг асосий жойи мижозлар билан иш олиб бориладиган савдо зали ҳисобланади. У ташриф буюрувчиларни кутиб олиш учун столлар, қулай стул ва креслолар билан жиҳозланган бўлади. Савдо зали ҳам мижозларга, ҳам фирма ходимлари учун қулай бўлиши лозим. Савдо бинолари (махсус дизайн асосида) яхши жиҳозланган бўлиши керак. Уни туристик плакатлар ва бошқа реклама анжомлари билан безатиш тавсия этилади. Шу мақсадларда ҳамкорлар томонидан ишлаб чиқилган реклама анжомлардан ҳам фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Шуни эсда тутиш керакки, мижозлар кўпинча фирманинг ишончилиги ва салмоқчилигига унинг сотиш бюрolari кўринишига қараб баҳо берадилар. Шунинг учун, уларнинг ташқи кўриниши ва жиҳозланиши фирма турмаҳсулотининг истеъмол бозоридаги мавқеи ва рекламасида асосий ҳал қилувчи ўринни эгаллайди.

Мижозларни қабул қилувчи бинодан ташқари туроператорларнинг сотиш бюрolari, ҳужжатлар билан тезкор ишлаш учун бухгалтерия, реклама ва ахборот материалларини сақлаш учун хизмат жойлари ҳам зарур.

Туроператорлар сотиш бюрolarининг асосий ишлаб чиқариш вазифалари:

- ахборот-маълумот стендлари, оғзаки хабарлар, ёзма маълумотлар ёрдамида ташриф буюрувчиларга маълумот етказиш;
- хорижга туристик саёҳатлар билан боғлиқ бошқа исталган маълумотларни бериш;
- ташриф буюрувчилардан турни брон қилиш талабномаларини фирма томонидан ўрнатилган шаклда қабул қилиш;
- брон қилиш учун талабнома берган ташриф буюрувчилардан хорижий визаларини расмийлаштириш учун паспортларни қабул қилиш, уларнинг амал қилиш муддатларини текшириш;
- мижозларни турни сотиб олиш ва сотиш шартлари, шунингдек, «Хорижга туристик сафарлар умумий шартлари» билан таништириш;
- белгиланган муддатларда мижоздан турнинг аванс ёки тўлиқ қиймати тўловини қабул қилиш;

- туристик сафар мобайнида унинг суғуртаси масаласини келишиб олиш;
- миждозга хорижд визаси кўйилган паспорт ва зарур туристик хужжатларни бериш, унга сафар хусусиятлари ҳақидаги эслатма берилган ҳолда саёхат тафсилотлари ҳақида хабардор қилиш;
- сотилган турда бўлиши мумкин бўлган ўзгаришлар тўғрисида миждозга тезда етказилиши ва шу масалани у билан келишиб олиш лозим;
- миждоз томонидан бўладиган ўзгаришлар ҳақидаги аризасини қабул қилиш ва тегишли чора-тадбирларни қабул қилиш;
- туристлар учун, уларнинг талабномалари асосида, кўшимча ҳақ тўлаш эвазига автотранспорт буюртма бериш;
- бошқа шаҳарлик туристлар учун хорижд чиқиш пунктида меҳмонхона брон қилишда ёрдам кўрсатиш;
- миждозлардан шикоятлар қабул қилиш.

Контрагентлик тармоғи. Туроператорларнинг хориждга туристик йўлланмаларни сотишда воситачилардан (субагентлардан) фойдаланиш миждозларни жалб қилишнинг энг тарқалган ва самарали усуллари ҳисобланади. Туроператор ва турагент ҳамкорлиги иккала томонга ҳам сезиларли фойда келтиради. Қуйидагилар туроператорга кенг ва тармоқли турагентлик тизимига эга бўлишни таъминлайди:

- туристик сафарлар сотиш ҳажмини кўпайтириш;
- янги бозорларга, шу жумладан, чиқиш туризмнинг маҳаллий бозорларига чиқиш;
- персонал таъминаминлаш учун, биноларни ижарага олиш ва уларни жиҳозлаш учун қилинадиган ҳаражатларни камайитириш.

Фаол ҳаракат қилаётган турагент - туроператор агентлигининг тармоқ моҳиятидир. Турагентнинг асосий сифатлари ишончлилик ва ҳаққонийлик, сотишнинг турли самарали шаклларида фойдалана олиш, киришимлилик, персоналларнинг коммуникабеллилиги ва ходимларнинг ёқимлилиги ҳисобланади. Туроператорлар ўз турагентликлари билан доимо иш олиб боришлари керак -туристик сафарлар шароитларини ўрганиш, молиявий ишларни олиб бориш, битимлар тузишнинг ҳуқуқий асосларини ўрганиш, суғурта қилиш бўйича ўқув семинарларини олиб боришлари лозим. Кўпгина туроператорлар мавсум бошида ёки охирида ўз агентлари учун реклама қилинаётган турлар йўналишлари бўйича РАМ-турлар деб аталадиган таништирув сафарларини ўз ҳисобидан ташкил қиладилар.

Туроператорнинг турагент билан ҳамкорлиги, албатта, агентлик битими шаклига эга бўлган шартнома билан расмийлаштирилади. Унда қуйидаги асосий шартлар келишиб олинади:

- агент ўз зиммасига оладиган сотиш ҳажми. Кўп ҳолларда агент миждозлардан талабномалар тушганда ва бўш жойлар мавжуд бўлганда туроператор каталоги бўйича турларни жорий брон қилиш ва сотиш ҳуқуқини олади. Баъзида келишилган шартлар асосида агент зиммасига оладиган сотиш жойларининг қатъий квотаси белгиланиши мумкин;
- турнинг туроператор реклама қилаётган нархидан юқори бўлмаслиги лозим бўлган нарх;

- туроператор ва турагент орасидаги ҳисоб-китоблар тартиби ва муддатлари;
- турагентнинг комиссия мукофоти миқдори. Комиссионларни олиш тартиби. У ҳар бир сотилган тур учун келишилган фоиз ёки белгиланган сумма кўринишида белгиланиши мумкин. Одатда, турагент фаоллигини рағбатлантириш мақсадида режадагидан ошиқча сотилган турлар учун бонус ёки комиссия ажратмалар фоизларининг ошиши кўринишига эга бўлган мукофот тўловларини жорий қилиши мумкин. Кўпинча, туроператорлар ўз турагентларини ўз турларидан бирига бепул туристик йўлланма билан ҳам рағбатлантирадилар;
- мижозлар талабномаларини расмийлаштириш шакли, тартиби ва сотиб олинган турлар бўйича тўловларни амалга ошириш;
- сотиладиган турлар рекламасида турагент ва туроператор катнашишининг хоссалари;
- олдиндан тўлов амалга оширилган турнинг мижоз томонидан рад этилишида бекор қилиш, йўналишни ўзгартириш тартиби, ўз вақтида қилинмаган аннуляция учун санкциялар характери;
- агентлик битимида туроператор ва турагентнинг бир-бири олдида ва мижоз олдидаги жавобгарликлари масалалари муҳим аҳамиятга эга. Масалан, туроператор йўналиш, дастурлар, хизмат кўрсатиш шартларига риоя қилиниши учун, Инициатив туроператор эса ташувлар ва хорижий визаларни расмийлаштириш учун жавоб берадилар. Турагент туристик сафарлар шароитлари тўғрисида мижозларга тўлиқ ва тўғри маълумот етказилиши, улар учун жойларнинг тўғри ва ўз вақтида брон қилиниши, тур бўйича тўловларнинг тўлиқ амалга оширилиши, шунингдек, тур аннуляцияси ёки уни ўзгартириш шартларига риоя қилиниши учун жавобгарликни ўз зиммасига олади.

Кўп ҳолларда жорий брон қилиш шартлари асосида турагент туроператор томонидан режалаштирилган турларнинг сотилиши учун ҳеч қандай тижорий мажбуриятларни ўз зиммасига олмайди. Бу ҳолда барча хавф туроператор зиммасида бўлади. Агар мажбурий сотишлар квотаси жорий этилмаган бўлса, турагент фаоллиги фақат унинг ўзининг моддий манфаатдорлиги билан тақиқланади (қанча кўп тур сотса, шунча кўп фойда олади). Турагентлар учун кўшимча рағбатлантириш бўлиб, кўп ҳолларда комиссияларнинг ўсиб бориш шартлари хизмат қилади. Масалан, турагент биринчи сотилган 10 та йўлланма учун 5% миқдорида комиссияга эга бўлса, кейинги сотилган 20 та йўлланма учун комиссия миқдори 7% га ошади. Агар 30 та йўлланма сотилган бўлса, кейинги ҳар бир сотилган тур учун комиссия миқдори тур қийматининг 10% ни ташкил этади.

Агентлик битимини имзолашдан олдин унинг қатнашчилари ўз ҳамкорларининг ишончлилигига ишонч ҳосил қилишлари учун, уларни ўрганишлари керак. Амалиёт шуни кўрсатадики, турагент, ўз субагентларидан ёки бевосита мижозларнинг ўзидан пулни йиғиб олиб, ғойиб бўлиши мумкин бўлган "сохта" туроператорга учраб қолиши мумкин. Ёки аксинча, турагент туроператорнинг юқори имиджидан фойдаланиб, ўз мижозларидан пулни йиғиб

оладилар ва ғойиб бўладилар ва шу билан бирга уларни туроператор билан ўзлари муҳокама қилиб олишларига мажбур қиладилар.

Шундай ҳолларни олдини олиш мақсадида агентлик битимининг ҳар бир қатнашчиси зарур чора-тадбирлар қабул қилиши лозим. Ҳамкор туристик корхонанинг мазкур фаолият билан шуғулланиш учун лицензиясининг мавжудлигини текшириш зарур. Шунингдек, тижорат хавфи суғуртаси масаласини ҳам кун тартибига қўйиш мумкин. Шартноманинг аниқ шартларини ва суғуртасининг ушбу кўриниши бўйича суғурта қопламаси суммаси индивидуал ҳолда келишилади, чунки бу фирма ишлайдиган мамлакат, сотишлар ҳажми каби омилларга боғлиқ бўлиши мумкин. Ҳар қандай ҳолда ҳам профессионал масъулиятларни суғурта қилиш нафақат фирманинг ўзига фойдали, балки турфирма ишончилигининг яна бир далили бўлиб хизмат қилади.

Халқаро ва мамлакатимиз қонунчилиги жиддий равишда туроператор ва турагентнинг истеъмолчилар олдидаги мажбуриятлари учун кафолат берадилар ва тартибга солиб турадилар. Туроператор ва турагентларни сертификациялашнинг янги шартлари номлари келтирилган ташкилотларнинг туристлар олдидаги мажбуриятлари ва жавобгарликларининг аниқ ажратилишини назарда тутди.

Турмаҳсулотнинг воситачи ташкилотлар орқали сотиш тизими сотиш каналлари деб аталади.

Баъзи бундай фирмалар нисбатан кичик туроператорлар томонидан яратилган ва сотиш учун таклиф этилган инклюзив ва пекидж турларни сотишга махсуслашган бўладилар. Одатда улгуржи-туроператорлар кичик дилерлардан ташкил топган ўз тармоқларини шакллантирадилар. Турларни сотиш бўйича кичик маҳаллий агентликлар қанча кўп бўлса, потенциал туристга тур ҳақида маълумот етказиш ва турмаҳсулотнинг самарали сотилишини ташкил қилиш имкониятлари шунчалик кўп бўлади. Халқаро статистика маълумотларига кўра, турмаҳсулотларнинг 80% дан ортиғини айнан кичик агентликлар сотадилар.

Характери бўйича туристик фирмалар *чакана* ва *улгуржи* фирмаларга бўлинадилар.

Чакана савдо билан шуғулланадиган агентлар - булар, қоида бўйича, унча сезиларли бўлмаган капитал ва чекланган бозорга эга бўлган воситачи ташкилотлардир. Воситачи бўла туриб, улар йирик туристик ва автотранспорт компаниялари сиёсатига боғлиқ фаолият юритадилар. Ва бозорда муҳим рол ўйнайдилар, чунки туристик сафарларнинг сезиларли қисми айнан улар орқали сотилади. Туризм ривожланган мамлакатлардаги турагентликлар тажрибалари шуни кўрсаладики турагентликларнинг оптимал сони фуқаролар сонига ҳисобланганда, ҳар 10000 кишига бир туристик агентлик тўғри келиши оптимал ҳисобланади.

Чакана туристик фирмалалар туристик хизмат кўрсатиш ва транспорт корхоналари хизматларини сотиб оладиган мижозлар билан тўғридан-тўғри алоқалар асосида ишлайдилар.

Улгуржи туристик фирмалар - стандарт (ёки серияли) инклюзив ёки пекидж турларни сотиш бўйича йирик масштабли операциялар ўтказадиган йирик туроператорлар ҳисобланадилар.

Туристик хизматларнинг улгуржи савдоси қайта сотиш мақсадида хизматлари сотиб олиш билан боғлиқ ҳар қандай фаолиятлар тушунилади.

Туристик хизматлар бозорини шакллантиришда улгуржи туроператорлар тутган ўрни алоҳида аҳамиятга эга. Моҳиятан улар ташкил қилинган туризмнинг, шу жумладан халқаро туризмнинг ҳам асосий ҳаракатлантирувчи кучи ҳисобланадилар.

Улгуржи фирмалар ўз ишларига реклама, ижара, савдо заллари, персоналларга тўловлар, айланма маблағларни шакллантириш каби харажатлар билан аниқланадиган сезиларли даражадаги катта капитал қўйишларига тўғри келади.

Амалиётда улгуржи фирма ва чакана фирмалр орасидаги фарқларини аниқлаш қийин бўлади, чунки ҳар иккаласи ҳам улгуржи, ҳам чакана операцияларни бажаришлари мумкин.

Алоҳида ҳолларда wholesaler фақат маълум хизматлар кўринишига махсулашиши мумкин, масалан, меҳмонхона занжирлари ёки транспорт корхоналарига хизмат кўрсатиш. Нисбатан равшанроқ мисол қилиб, француз фирмаси «Феникс»нинг, Москвадаги туристик агентликларга Париж ва Лондонда кўрсатиладиган меҳмонхона хизматларини сотиш билан шуғулланишини олишимиз мумкин.

Агент турмахсулот реализацияси жараёнидаги қатнашчилари занжирида охирги ва муҳим звенодир. У кўпинча тўғридан-тўғри сотиш усули бўйича ишлайди ва мижозларни кўп ҳолларда тавсиялар бўйича, ишда, уйда жамаот идораларида ўз қариндошлари, танишлари орасидан топади.

Охирги йилларда турмахсулот сотиш тизими икки оммавий шаклга эга бўлди: **анъанавий ва ноанъанавий**.

Туристик хизматларнинг сотишнинг анъанавий шаклларига бу фаолият уларнинг ҳаётийлигини таъминлайдиган ва асосий ҳисобланадиган кўп сонли турфирмалар киради. Статистика кўрсатишича, бу хорижда туризм соҳасидаги нисбатан кенг тарқалган тадбиркорлик структураларидан бири ҳисобланади. АҚШда 30 мингдан ортиқ бундай фирмалар ҳисобланган. Туристик фирмаларнинг бундай кўп сонли миқдорида уларнинг функционал, таркибий, тижорий характеристикаларида катта фарқларни кузатиш мумкин.

Туристик хизматларни сотишнинг ноанъанавий шакллари туризм билан боғлиқ бўлмаган тармоқларда юзага келади ва актив фаолият кўрсатмоқда. Халқаро туризмнинг тез суръатларда ривожланиши йирик нотуристик компанияларнинг ўз капиталларини туризм индустриясига қўйишга ундамоқда. Бугунги кунда йирик авиакомпаниялар, банклар, суғурта жамғармалари, савдо уйлари ва универсал магазинлар бизнесларининг сезиларли қисмини ташкил этадиган туристик саёҳатлар сотиш бўйича ўз филиалларини очишлари одатий ҳол бўлиб қолган.

Бу каби компанияларнинг анъанавий туристик фирмалар билан рақобат кўрашидаги асосий устунлик томони уларда ўзларининг кўп сонли сотиш пунктлари ёки филиаллари, брон қилиш ва резервация тизимларининг мавжуд

бўлишидир. Авиакомпаниялар, қоида бўйича, чипталар сотиш бўйича кўп сонли кассаларда, ташқи тизимлар билан уланган ўз брон қилиш тизимларига эга бўладилар. Банклар ҳатто ўз миждозларига хизмат кўрсатадиган кўп сонли бўлим ва филиалларига эга бўладилар. Суғурта жамғармаларида эса суғурта агентларининг "армияси" фаолият юритадилар. Савдо уйлар ишбилармонлар ва бизнесменларга уларнинг ишлари билан боғлиқ туристик хизматларни таклиф қиладилар. Универсал магазинларда ташриф буюрувчилар ўзлари истаган туристик йўналишларни каталоглар бўйича танлашлари ва сотиб олишлари мумкин бўлган махсус секциялар (бўлимлар) ташкил этилади.

Сотишнинг ноанъанавий шаклларида бири корпоратив миждозларга тўғридан-тўғри сотиш ҳисобланади. Сотишнинг бундай шаклидан ташкилотлар, идоралар, жамоалар, мактаблар, коллежлар каби муассасаларнинг ходимларидан ташкил топган туристик гуруҳлар саёҳатини ташкил қилишда фойдаланилади. Корпоратив миждозларнинг тўғридан-тўғри буюртмаси асосида ташкил қилинадиган интенсив турлар турмаҳсулот реализациясининг истиқболли йўналиши ҳисобланади. Бундай турларни сотиш туроператорнинг тўғридан-тўғри буюртмачи - ташкилотнинг шартнома-топшириғи асосида амалга оширилади. Бундай сотиш бозорларини шакллантириш учун ташкилотлар ва идоралар, муассасалар тўғрисида энг тўғри ва тўлиқ маълумотлар зарур бўлади. Тезкор маркетинг ишларини олиб бориш учун тегишли маълумотлар базасига эга бўлиш лозим бўлади.

Бундан ташқари, турмаҳсулотларни сотишнинг ноанъанавий шаклларида турларни глобал компьютер тармоқлари, брон қилиш ва буюртма бериш тизимлари, Интернет орқали сотишни ҳам киритса бўлади. Турлар ва туристик хизматларни сотишнинг бу усули ҳозирда халқаро ҳамда мамлакатимиз туризм бозорларида кенг тадбиқ қилинмоқда. Мамлакатимиз фирмаларида «Турвин», "Ключ" ва бошқалар каби махсуслаштирилган компьютер дастурлари жорий қилинмоқда ва фойдаланилмоқда. Айнан ушбу усул ХХІ асрда туристик фирмаларнинг анъанавий иш усулларини сезиларли даражада камайтиришга қодир ҳисобланади.

Туризм бозорида юқорида келтирилган сотиш шаклларидаги комбинациялашган кўринишлари ҳам учраб туради. Мисол тариқасида туроператор-турагент ўзаро фаолияти технологияси бўйича таклифни олиш мумкин.

13.2. Туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиғи.

Агар исталган бизнесни бошқариш учун бош функциялар муҳим бўлиб ҳисобланса, уларга олий менежмент томонидан ажратилган эътибор ва вақт миқдорида мос равишда тавсифланса, унда ишонч билан айтиш мумкинки, тақсимот бу руйхатни бошидаги ўринни эгаллаган бўлар эди.

Агар ўша функциялар фойдаланган уларга кетган ҳаражатлар нуқтаи назаридан гуруҳланса, унда тақсимот ҳам қаердадир руйхатни бошида жойлашган бўлар эди.

Туристик хизматлар кўринмас товарни ўзига хос тури ҳисобланиб, уни жорий қилганда муносабатлар турли-туман ва ўзига хосдир. Турфирмалар

томонидан сотиладиган хизматлар қатор фарқ қилувчи ўзига хос хусусиятларга эга:

- сезилмаслик: сотилиши керак бўлган маҳсулотни кўриб бўлмайди, истеъмолчи уни харид қилишдан олдин татиб кўра олмайди ва ушлаб кўра олмайди;
- хизматларни жамғариб қўйиш мумкин эмас.
- ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнлари бир вақтнинг ўзида амалга оширилади
- истеъмолчи ишлаб чиқариш жараёнида иштирок этади.

Бўлардан шундай хулоса қилиш мумкинки, ҳам сотиш тизими ҳам тақсимот каналларини танлаш жисмоний товарларни моддий тақсимотидан тубдан фарқ қилади.

Сотишни икки хил усули мавжуд бевосита усул сотувчи ва харидор ўртасида бевосита алоқаларни ўринатишни кўзда тутса, билвосита усулда савдо воситачилик бўғинидан фойдаланишни кўзда тутсади.

Шу сабабли, турларни жорий қилишдаги алоқаларнинг асосий схемасини кўриб чиқамиз.

Туроператор – Турист. Малакали туроператор турларни ишлаб чиқиш билан шуғулланади. Унинг хизматлар хусусияти асосий ва қўшимча турхизматларни комбинациялаш, танлашдан, ҳамда уларни дастлабки режалаштириш ва стандартлашдан ташкил топади. Турларни сотиш шахсан туристларга туроператор функцияси бўлиб ҳисобланмайди. Дастурлар пакети, ҳам алоҳида олинган туристик корхона хизматлари каби (меҳмонхона, авиакомпания ва ҳ.к.), чакана сотиш бўйича фақатгина воситачилик хизматларини амалга оширувчи турагентлик функцияси ҳисобланади.

Аммо кўп ҳолларда йирик туроператорлар уларга тегишли бўлган турагентликларни шахсий сотиш тармоғига эга бўлади. Масалан, Швейцариянинг “Kuni Travel ltd” ва “Hotelplan” икки йирик туроператори анчагина йирик турагентлик тармоғига эга.

Туроператорнинг шунга ўхшаш стартегияси 1980 йилда кенг ёйилди ва “тўғри маркетинг” стратегияси номини олди. Унинг моҳияти бевосита истеъмолчилар, потенцаил мижозлар билан тўғридан-тўғри алоқаларни ўрнатишдан иборат. Бу туроператор зиммасига қўшимча қатор функцияларни юклайди:

- сотиш бўйича йўналтирилиши керак бўлган потенцаил истеъмолчиларни аниқлаш;
- сотиш бўйича тадбирларни ишлаб чиқиш;
- фирма мижозлари бўйича ахборот тизимини ташкил этиш;
- истеъмолчилардан тушаётган маълумотларни қайта ишлашни ва унга тезда мослашишни самарали тизимларини ташкил этиш.

Мазкур стартегиядан келиб чиқиб шундай савол туғилиши мумкин: “Нима арзонроқ – шахсий агентлик тармоғига эга бўлиши ёки турагентликни воситачилик хизматларини комиссияларидан фойдаланиши?”.

Дастлаб биринчи ўринда хизматларни ишлаб чиқарувчилар учун тижорат манфаати туради, яъни: сотиш бўйича тадбирларга кам ҳаражатлар билан қандай қилиб кўпроқ товар сотиш мумкин. 1990 йилни бошида тижорат

манфаати бирламчи бўлмасдан, балки истеъмолчилар талаби, истеъмолчиларни аниқ гуруҳларига бевосита муносабат, доимий мижозларни харид қилиш кабилар майдонга чиқди. Айнан мана шу фирмани келажакда тижорат барқарорлигини кафолати бўлиб ҳисобланади. Шундан турагентликнинг хусусий тармоғини кенгайтириш ёки турагентлар билан фанчайзинг муносабатини кенгайтириш томон бормоқда

Туроператор – турагентлик - турист. Юқорида қайд қилинганидек, турагентлик туроператор ва турист ўртасидаги воситачи бўлиб ҳисобланади. Бундан ташқари турагентлик алоҳида хизматларни туристларга сотиш билан шуғулланади (транспорт хизматлари, чиқиш ҳужжатларини расмийлаштириш, дисконт карточкаларини расмийлаштириш, туристик адабиётларни сотиш, фототасмаларни ишлов бериш ва ҳ.к.). Кўпгина туроператорлар бозорга ўз хизматларини агентликлар орқали тақдим этадилар. Улардан ҳар бири ўзининг шахсий тақсимот каналини шакллантиришга интиладилар.

Нима учун туроператор сотиш бўйича ўз ишини бир қисмини воситачиларга беришга тайёр? Бу шуни англатадики, у қандайдир даражада товар қандай сотилиши устидан назоратни йўқотади. Юқорида қайд қилинган туристик хизматларни ўзига хослиги (сезилмаслик, ишлаб чиқариш ва истеъмол жарарёнларни мос келиши ва ҳ.к.) жуда муҳим ҳисобланади. Шунга қарамадан кўпгина туроператорлар воситачилардан фойдаланиш уларга маълум фойда келтиради деб ҳисоблайдилар.

Кўпгина туроператорларга бевосита маркетингни амалга ошириш учун молиявий ресурслар етишмайди. Мисол учун Испанияни “Soltour Este” туроператори ўз турларини бир неча юз Москва ва минтақавий турагентликлар ёрдамида сотади. Ҳатто шундай йирик турфирмага ҳам ҳеч бўлмаганда бу агентликларни бир қисмини сотиб олиш учун маблағ топиш жуда қийиндир.

Тўғри маркетинг ёрдамида оммавий тақсимот тизимини иқтисодийлигига эришиш учун кўпгина турхизматларни ишлаб чиқарувчиларга бошқа фирмалар хизматини сотишда воситачи бўлиши зарур. Масалан, шахсий маршрутлари сони 1-2 та дан ошмайдиган кўпгина туроператор фирмалар “Horus Viaggi” (Италия), “Pactour”, “Frektravel” (Туркия), Италия ва Туркияга турларни сотиш бўйича барча давлат ўз вакилликни очиш тажрибасизлиги сабаблидир. Уларни бошқа туроператорларни турхизматлари билан бирга сотишга тўғри келарди, охир оқибатда турагентликлар тармоғини эгасига айланиб қолиши мумкин. Уларга дистрибютерларни кенг тармоғи орқали ишлаш янада осонроқдир.

Лекин ҳатто туроператор тақсимотни шахсий каналларини ташкил этиш имкониятига эга бўлган тақдирда ҳам, кўпгина ҳолларда агар ўзининг асосий бизнесига капитал қўйилмаларни оширса у кўпроқ фойда олиб ишлайди.

Воситачилардан фойдаланиш асосан турхизматларни кенг очик йўлини таъминлашда ва уларни мақсадли бозоргача етказишдек каттагина самарадорлиги билан изоҳланади. Турагентликларда туроператорларга нисбатан кўпроқ тажрибга, алоқага, фаолият имкониятларга эгадир.

Аммо, турфирма сотишни қандай тизимдан фойдаланишдан қатъий назар у тақсимотга сарфланадиган ҳаражатларни пасайтиришга интилади. Янги

технология ва янги қувватли компьютерлар ёрдамида баъзи турфирмалар тақсимот тизимига сарф-ҳаражатларни оптималлаштиришга эришдилар

Компьютерлардан ташқари, тақсимот айрим ҳолларда самарали тартибга солишга, ишлаб чиқариш ёки маркетингга тортилади. Тақсимотни самарадорлик даражасини назорат қилиш ва ўлчаш жуда мушкул. айниқса бунга баъзи маркетинг қарорлари таъсир кўрсатади: мижозларга хизмат кўрсатиш сиёсатида баъзи унча катта бўлмаган ўзгаришлар тақсимотдаги сарф-ҳаражатларни анчагина оширади; уларни рағбатлантириш натижаси ҳисобланган сотишни максималлаштириш тақсимот соҳасидаги хизматчиларни кўшимча штатига сарфланадиган моддий ҳаражатларга олиб келиши мумкин; сотиш пул айланмасини ошириш қарори яна тақсимотдаги ҳаражатларни оширувчи хизмат кўрсатиш бўйича ҳаражатлар ва айланма фондлар даражасини иқтисодий жиҳатдан фойда олмасликка олиб келиши мумкин.

Бундай ҳолатда шундай савол туғилади: тақсимот устидан ва унга сарфланадиган ҳаражатларни камайтириш устидан самарали назоратни амалга ошириш учун турфирмаларни аъло даражадаги бошқарув аппаратлари нима қилмоқдалар?

Тақсимот бошқарувининг асосий элементлари:

1. Олий бошқарув органи намойиш этадиган тақсимот иқтисодиёти;
2. Ахборотлар оқимини йиғиш, ундан фойдаланиш ва унинг устидан ўз вақтида назорат қилиш
3. Тақсимот бўйича персонални умумий малакаси ва жўшқин хулқ атвори шижоати.

Кўпгина турфирмалар раҳбарияти тақсимотнинг аъло тизими фирмани мувафақиятли рақобат қилишда ҳал қилувчи аҳамиятга эга деб ҳисоблайдилар.

1. *Тақсимот иқтисодиёти.* Тақсимот иқтисодиёти каттагина даражада бизнесни бошқа соҳаларидаги қарорлар сиёсати таъсири остида бўлганлиги сабабли бошқарувда эҳтиёткорлик тақсимот самарадорлиги ва унинг баҳосида ҳал қилувчи рол ўйнайди.

Агентликни танлашда қўйидаги саволларни ўрганиш зарур: туроператор томонидан агентликка тақдим этилган хизматлар ҳажми; агентлик ёрдамида сотишни ошириш имкониятлари; турагентликни қўллаб-қуватлаш учун зарур бўлган ҳаражатлар: истеъмолчига нисбатан агентнинг жойлашган жойи; агентлик амалиётини туроператор талабларига мослик даражаси; агентликни сотишни рағбатлантириш бўйича тадбирларда иштироки; агентликни молиявий ҳолати; агентлик фирмасини бошқариш шакли; агентликдан фойдаланиш билан боғлиқ бўлган ҳаражатлар миқдори; агентлик амалга ошираётган реклама фаолиятнинг ҳажми ва уни шаротлари; турагентликни рақиб фаолиятига муносабати; турагентликни счетларни тўлаш доимийлиги; турагентликни бозор тўғрисидаги тақдим этаётган маълумотлар ҳажми; турагентлик ишига сўнги истеъмолчилар томонидан шикоят ва эътирозларни мавжудлиги

2. *Ахборотлар оқими устидан назорат.* Турхизматлар сезилмаслиги сабабли улар тўғрисида ахборотларни олиш ва узатиш оперативлиги ҳамда самарадорлиги тақсимот самарадорлигида аҳамиятли рол ўйнайди.

Ахборотлар етарли даражадами? Бошқаришнинг бош элементларига тегишли бўлган асосий нарх кўрсаткичлари қанчалик тўғри ва ўз вақтида олинган? Бошқарув органлари тадқиқот натижалари устидан тазорат учун ҳақиқий маълумотлардан фойдаланадими ҳамда бу режалаштириш ишлаб чиқариш ва тақсимот каби соҳаларда ўз сиёсатини яхшилайдими? Бугунги кунда туристик фирмалар ишида персонал компьютерлар фойдаси тўғрисида гапиришга ҳожат йўқ. Улар бухгалтерия ҳисобини самарали юритишга, туристик пўтёвқалар ҳаракати, чартер рейсларини тўлдирилиши, меҳмонхоналардаги мавжуд ўринлар тўғрисида аниқ маълумотлар олишга, зарурий бланкалар билан таъминлашга имкон яратади. Турфирмалар томонидан персонал компьютер нафақатгина ўз ички вазифалари учун балки, турли телеконференцияларга (эълонларни электрон газетаси) ва бу тармоқларни кўп миллионли абонетлар армиясига глобал компьютер тармоқлари орқали ахборотларни узатиш учун ҳам фойдаланилади.

3. *Персанал малакаси.* Сотишни муваффақиятли амалга ошириш учун сотиладиган хизматни батафсил билиши, хизматчилар малакаси жуда муҳимдир. Бу мижозларга хизмат кўрсатишни яхшилашга сотиш ҳажмини оширишга ҳамда ҳаражатларни камайтиришга имконият яратади. Кўп ҳолларда турфирмаларда шундай ҳолат кузатиладики, яъни сотиш бўйича менежер таклиф қилинган туристик йўналиш тўғрисида, хизмат кўрсатиш дастури меҳмонхона, трансферт, минтақадаги об-ҳаво шароитлари тўғрисида мукамал малумот бериш ҳолатида эмас. Натижада ҳафсаласи пир бўлган мижоз турни барча тавсилотларни яхшироқ тушунтира оладиган, барча саволларга тўлиқ жавоб берадиган менежер фаолият кўрсатадиган бошқа фирмага ўтиб кетади. Бошқа томонидан яхши менежмент тамойилларидан фойдаланадиган персонални рационал бошқариш туристларга сифатли хизмат кўрсатаишга эришиш учун ташкилотни барча хизматларини мувофиқлаштиришни таъминлашга қодирдир. Бу – ишонч, қаниқарлилик, конструктив ёндашув, менежментни рационал таркиби, турфирма фаолиятининг энг муҳимларини аниқлаш.

Меҳнат мотивациясига фирма хизматчиларини иерарик эҳтиёжини ҳисоблаш ёрдамида эришлади.

Раҳбариятнинг вазифаси уларни қониқтирувчи шароитларни яратиш, шу билан ходимларни интенсиф ва сифатли меҳнатини мотивлаш. Ўз навбатида жўшқин ва хушёр персонал раҳбариятга тақсимотни оптималлаштиришга ва назоратга ёрдам бериши ва ҳамкорлик қилиши мумкин.

Хулоса қилиб, қисқача самарали тақсимотнинг тўртта тамойилини қайд қилишимиз мумкин:

1. Ўз сарф-ҳаражатларини билиш ва назорат қилиш. Хатто кичик прогресс ҳам тақсимот тизимини ҳар бир сегменти бўйича ҳаражатларни билмасдан мумкин эмас. Мазкур маълумотларга эга бўлиб, раҳбарият келажак муаммоларини олдиндан кўриши, тўғри устунликларни белгилаш, потенциал жамғармаларни ҳисоблаб чиқиш, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш бўйича мос равишдаги чора-тадбирларни амалга ошириш имкониятига эга бўлади.

2. Тақсимотни муҳимлигини тушуниш. Тақсимотнинг тушиб кетиши кўпгина компанияларни нотинчлигига олиб келувчи фойда олиш имконияти каби кўриб чиқилади. Кўп ҳолларда бу туристик бизнесга жалб қилинган аниқ ҳаражатлар тўғрисида бошқарувни оддийгина огоҳлантирилмаслиги оқибатида келиб чиқади. Тақсимотни фойдалигини ва муқобил тақсимот шакллари ҳамда стратегиясини турли таъсирларини нафақатгина олий раҳбарият балки функционал бўлинмалар раҳбарлари ҳам сезиши зарур. Раҳбарият битта соҳадаги қарорлар умумий ҳаражатлар ва ишлаб чиқаришга таъсир этишни тушуниб етмагунга қадар, умумий кам ҳаражатли рақобатбардошли тизимни олиш учун у бир ҳаражатларни бошқасига алмаштира олмайди.

3. Махсус усулларни ишлаб чиқиш. Кўпгина турфирмалар компьютер техникаси муаммоларидан тушкунликка тушмоқдалар, лекин уларга тақсимот вазифасини аниқ тушуниб етишга тўғри келмаяпти. Янги технологияларга ташаббусни батафсил билимлари билан бирга қўшиш ғайрати, шижоати, жонбозлиги, ташаббускорлиги зарур.

Агар техника турфирмани махсус ўзига хос талабларига жавоб берсангина у фойда келтириши мумкин.

4. Тақсимотдаги кўникмалар ва имкониятларни ошириш. Тақсимотни бошқаришда зарур бўлган билим ва қобилият ташкилий ва вазифавий алоқаларни алмаштириш йўли билан олиши мумкин эмас. Ҳам олий менежмент доирасида ҳам фирмани қолган ходимлари доирасида юқори даражадаги малака ва тажриба талаб этилади.

13.3. Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни.

Ушбу ҳолатда соддалаштирилган, аммо барча жараёнларни тушунтиришга имкон берувчи технология таклиф этилади. Ўз таркибига Тошкент, Бухоро ва Самарқанд шаҳарларини олувчи **“Буюк ипак йўлидаги қадимги шаҳарлар”** номли турмаҳсулотни кўриб чиқамиз. Мазкур йўналишни Франция туристларига тавсия этилади. Саёҳат муддати – 7 кун ва 6 кеча. Ҳисоб-китобни бир нафар турист учун амалга оширамиз. Асосий турмаҳсулот (турпродукт) таркибига қўйидагиларни киритамиз.

Биринчи, **транспорт хизматлари (T Ser)** – Париждан Тошкентгача учиб келиш ва орқага. Билетнинг нархи икки тамонга учишига 980 долларни ташкил этади.

Иккинчидан, **трансферт хизматлари (Ser Tr)** – бу туристни аэропортдан меҳмонхонагача элтиш ва орқага ҳамда туристни мамлакат бўйлаб транспортда олиб юриш ҳаражатларидир. Айтайлик, бир кунлик мазкур ҳаражатлар – 30 долларни ташкил қилсин.

Учинчидан, **меҳмонхоналарда яшаш (Acc)** – Тошкентда (2 сутка), Бухорода (2 сутка) ва Самарқандда (2 сутка), ўртача битта икки ўринли номер суткасига – 30 доллар. Мазкур ҳаражат таркибига эрталабки нонушта ҳаражатлари ҳам киритилган.

Тўртинчидан, юқорида қайд қилинган учта шаҳар **ресторанларида овқатланиш** (тушлик ва кечки овқат – 20 доллар).

Бешинчидан, учта шаҳарда **таржимон – экскурсия етакчиларнинг (Ser G)** хизматлари – суткасига 5 доллар миқдорида.

Олтинчиси, **диққатга сазовор жойларга ташриф буюриш (TurS)** – музейлар, Кўкалдош мадрасаси, Улуғбек обсерваторияси, Регистон майдони, Шоҳи-Зинда ансамбли, Лаби-ховуз мажмуи ва бошқа тарихий, архитектура, маданият объектлари (жами – 50 доллар).

Еттинчиси, турни ташкил этган **турфирма харажатлари ва фойдаси (IaP)**, туретакчининг кутиб олиши-кузатиши – 100 доллар.

Саккизинчиси, бошқа давлатда туристни ташриф буюрган барча кунлари учун ихтисослашган **компанияга суғурта тўлови (бадали) (SK)** – суткасига 2 доллар миқдорида.

Шундай қилиб, турмахсулот суммаси:

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

Шуни ҳисобга олиш зарурки, бу дастлабки нархлардир, бироқ, турфирма доимо харажатларни қисқартириши ва авиакомпаниялардан, автотранспорт ташкилотларидан меҳмонхоналаридан, диққатга сазовор корхоналардан чегирмалар олиши мумкин.

Кўшимча хизматлар мижознинг истак-хохиши бўйича киритилиши мумкин. Масалан, туристлар учун бўш вақт ажратилади (харид учун, мустақил саёҳат учун ва ҳ.к.). Бунда Хумсан тоғларида отда сайр қилиш (Бўстонлик райони), қимиздан татиб кўриш, Бухорода ҳаммомга ёки шахсий турар жойларга ташриф буюриш, Самарқандда – тўйда ёки тантанали маросимларда иштирок этиш. Фирма бундай маданий хизматларни тақдим этувчи ташкилот ва муассасалар билан олинган шартномага эга бўлиши керак. Табиийки бундай кўшимча хизматлар) турмахсулот нарҳини қиматлаштиради .

Турмахсулот ўз таркибига марирутни батафсил ифодалашни киритади. У қуйидагича баён қилиниши мумкин:

Биринчи кун. Париждан Тошкентга учиб келиш (6.05 с.). Меҳмонхонага трансферт (8.00). Жойлашиш ва дам олиш (то 9.30 гача). Шаҳар бўйлаб саёҳат (10.00-13.30). Ресторанда тушлик (13.30-14.30). Экскурсия етакчиси ҳамкорлигида мадрасалар ва маданий марказларга ташриф (13.30-17.30). Театрлаштирилган намоишда иштирок этиш (18.00-19.30). Кечки овқат (20.00 да). Уйқу ётиш/бўш вақт.

Иккинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Тарихий жойларга саёҳат (8.00-13.30). Тушлик (13.30-14.30). Бўш вақт (14.30-20.00). Кечки овқат (20.00-21.00). Уйқуга ётиш/бўш вақт.

Учинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Самарқандга жўнаш (8.00-13.00). Жойлашиш ва дам олиш (13.00-14.00). Тушлик (14.00-15.00). Шаҳар бўйлаб сайр қилиш, Регистондаги театрлаштирилган шоуда иштирок этиш (15.00-20.00). Кечки овқат (20.00). Уйқуга ётиш/бўш вақт.

Тўртинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Тарихий обидаларга саёҳат (8.00-13.30). Тушлик (13.30-14.30). Бўш вақт (14.30-20.00). Кечки овқат (20.00-21.00). Уйқуга ётиш/бўш вақт.

Бешинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Бухорога жўнаш. (8.00-12.00) Жойлашиш ва дам олиш (12.00-13.00). Тушлик (13.00-14.00). Шаҳар бўйлаб

саёҳат, Лаби-ховуздаги театрлаштирилган шоуда иштирок этиш (15.00-20.00). Кечки овқат (20.00-21.00). Уйқуга ётиш/бўш вақт.

Олтинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Тарихий обидаларга сайр қилиш (8.00-13.30). Тушлик (13.30-14.30). Бўш вақт (14.30-20.00). Кечки овқат (20.00-21.00). Уйқуга ётиш/бўш вақт.

Еттинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Тошкентга жўнаш (8.00-18.00). Йўлда тушлик (13.00-14.00). Шаҳар бўйлаб сайр қилиш (18.00-21.00). Аэропортга трансферт (21.00). Парижга учиб кетиш (24.00).

Юқоридагилардан шу нарса маълум бўлмоқдаки, йўналиш батафсил ва мукамал бўлиши, шаҳарнинг ҳаракатланиш схема – карталари унинг таркибида мавжуд бўлиши талаб этилади. Унда барча диққатга сазовор жойлар, меҳмонхоналарни жойлашуви, ресторанлар, алоқа телефонлари ва бошқа зарур бўлган фойдали маълумотлар бўлиши зарур. Масалан, туристлар ўз саёҳатлари давомида астрономия фанининг ривожига буюк ҳиссасини қўшган аллома – Мирзо Улуғбекнинг обсерваториясига ташриф буюради. Шу сабабли, Улуғбекнинг тарихий ҳаёти ва илмий фаолиятига батафсил тўхталиш, маълумот бериш зарур. Бундан ташқари саёҳатчилар йўлидаги қадимги кишиларни тўхтаган жойларини ҳам қайд этиш мумкин. Буларнинг барчасини жарангли ва мазмунли номлар билан етказиш керак.

Юқорида қайд этилганидек, турмахсулот туристларга пакет (“пекидж”) ларда сотилади. Туроператор турагентларга комиссия чегирмалар тақдим этади ёки турагент ўз хизматлари – реклама, миждозларни топиш, ҳужжатларни расмийлаштириш ва бошқалар учун устама ҳақ қўяди. Шу билан бирга, пакетдаги тақдим этилаётган турни нархини ҳисоблашни билиш лозим. Турмахсулотнинг нархини норматив калкуляция методи билан ҳисоблаш мумкин. Унга туристларга хизмат кўрсатиш билан ҳам, туристлар гуруҳини кузатиш билан боғлиқ бўлган барча сарф-ҳаражатлар киради. Турмахсулот нархининг формуласи қўйидагича ҳисобланади:

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

Бу ерда, P_{tur} – миллий валютада битта туристнинг турпакет нархи (ёки доллар эквивалентида);

SU – туроператорнинг турпакети ичига кирадиган хизматлар таннархи;
 $Stax$ – алоҳида хизмат турлари бўйича билвосита солиқлар суммаси (НДС);

PrT – туроператорни миллий валютадаги фойдаси (ёки доллар эквивалентидаги);

ZT – турпакет таркибига кирувчи алоҳида хизмат турлари учун туристга туроператор тақдим этаётган чегирма;

Kd – турпакетни сотувчи турагентни комиссия мукофотлаш (кўп ҳолларда бу турпакет нархига қўшимча ёки туроператорни турагентнинг фойдасига нархдан чегирма);

N_{tour} – гуруҳдаги туристлар сони;

N_{gr} – гуруҳга йўлбошчи сифатида ҳамкорлик қилувчиларнинг сони.

13.4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.

Янги шаклланаётган сотиш тармоғи ва йирик бўлмаган туристик фирмалар учун бозорда биринчи қадамлар чакана ва майда улгуржи фирмалар билан ҳамкорликни ўрнатишдан бошланиши лозим. Бунда туроператор томонидан таклиф этиладиган турмахсулотга мос келиши керак бўлган сотиш тармоғини ихтисослашувини ҳисобга олиш зарур.

Хорижий бозорларга чиқадиган фирмалар маркетинг стратегиясида сотишлар бўйича хорижий ҳамкорларнинг ҳудудий жойлашувини албатта ҳисобга олиш зарур, чунки бу сотиш тармоғи самарадорлигининг аҳамияти давлат (минтақа) ҳудудида сотиш тармоғининг кенг тарқалишига боғлиқдир ва бунда шаҳардаги пунктлар сони қишлоқдаги пунктлар сонига нисбатан анча юқори бўлиши лозим.

Ҳамкорларни танлашда уч омилни ҳисобга олиш лозим: **потенциал ҳамкорларнинг ҳуқуқ қобилияти, кредит қобилияти ва фаолият қобилияти.**

Ҳуқуқ қобилияти – фирмада туристик хизматларни сотиш билан шуғулланиш учун ҳуқуқий асосларнинг мавжудлигидир. Ҳуқуқий статус миллий қонунчилик билан аниқланади ва турли давлатларда турли ҳуқуқий шаклларда тасдиқланади (масалан, лицензия, патент, регистрация). Бундай статусга эга бўлмаган ҳуқуқий шахс туристик фирма сифатида кўриб чиқилиши мумкин эмас. Шу сабабли ҳам бундай фирмалар шартнома мажбуриятларини бузган ҳолларида суд органлари даъво аризасини кўриб чиқиш учун қабул қилмасликлари мумкин.

Шунинг учун ҳам туристик фирманинг ҳуқуқий статусини аниқлаш у билан иш муносабатларини йўлга қўйишнинг биринчи шарти бўлиши лозим.

Фирманинг ҳуқуқий ҳолати тўғрисида лицензия ёки патент нусхаси, савдо риестридан кўчирма, маълумотнома ёки расмий органлар гувоҳномаси далиллик бериши мумкин.

Фирма ҳуқуқ қобилияти унинг миллий ёки регионал туристик уюшма ёки ташкилотларга аъзолиги ҳам билвосита гувоҳлик бериши мумкин. Маълумки, бундай ташкилотлар аъзолигига фақат туристик статусга эга фирмалар кира оладилар. Бу миллий уюшмалар ўз низомларига мувофиқ маълум моддий ва маънавий жавобгарликка эга бўлганликлари боис улар ўз аъзоларининг қонунларга амал қилишларини кузатиб борадилар.

Туристтик фирманинг ҳуқуқ қобилияти масаласи кўриб чиқилар экан, унинг транспорт компаниялари билан агентлик битими мавжудлигини эътиборга олиш керак. Туристтик фирманинг транспорт (авиация, темир йўл, сув ва автотранспорт) компанияси агенти этиб тайинланиши, унинг ҳуқуқ қобилиятининг жуда аниқ критерияси бўлиб хизмат қилиши мумкин, чунки транспорт компанияси мазкур туристик агентликнинг ўз бланкаларига чипта ёзиб беришига ишонади. Чипталар жиддий молиявий ҳисобот ҳужжати ҳисоблангани боис, туристик фирмага бундай ишонч туристик агент иш сифатларининг чуқур текширувига асосланади.

Кредит қобилияти - бу тушунча орқали фирманинг тузилган битимлар бўйича ҳисоб-китобларни ўз вақтида таъминлаш учун етарли пул воситаларига эғалигини билдиради. Туристтик фирманинг юридик статуси ўз кучини сақлаб

қоладиган даврда ўзгармайдиган ҳуқуқ қобилиятдан фарқли равишда кредит қобилияти ўз аҳамиятини доимо ўзгартириши мумкин. Бизнинг туристик фирмалар амалиётида шундай ҳолатлар ҳам учраб туради: хорижий туристик фирмаларнинг банкдаги ҳисоб рақамида қайсидир куни бир неча миллионлаб АҚШ доллари бўлиши мумкин, 1 -2 кун ўтгандан кейин эса бу ҳисоб рақамлари бўшаб қолади.

Кўпинча фирмалар ўз кредит қобилияти далили сифатида банк реферанси деб аталадиган, яъни фирманинг мавжуд ҳисоб рақами, унинг тахминий ҳажми ва ҳаракати тўғрисидаги банкдан олинган маълумотномани тақдим қилишга мойилдирлар. Бироқ бу каби маълумотномалар нафақат кредит қобилиятини аниқлаш учун асос бўла олади, балки тузилган битимлар бўйича тўлиқ ва ўз вақтида ҳисоб-китоблар қила олишига ҳам кафолат бўла олмайди.

Туристик фирманинг кредит қобилиятини банк кафолати тасдиқлаши мумкин. Бироқ банклар мустақил равишда, фирманинг бунга алоҳида розилигисиз бундай кафолатни бериш ҳуқуқига эга эмас, чунки бундай ҳолларда банк фирма фаолиятининг барча моддий мажбуриятларини ўз зиммасига олган бўлади. Банк кафолат беришида фирманинг жорий ҳисоб рақамидан тегишли суммани олиб қолади ва кафолат депозити сифатида ушлаб туради. Бу эса фирма учун аҳамиятли пул маблағларининг муомаладан олиб қўйилишини билдиради ва фирма бу йўлни унча ҳам хушламай қабул қилиши мумкин. Шунинг учун фирма томонидан банк кафолатини тақдим қилиш юзасидан музокараларда бу шартни тегишли тарзда тушунтириш лозим.

Фирма билан ҳисоб-китоблар бўйича манфаатларни таъминлашнинг нисбатан реал йўли ундан аванс тўловларини олиш ҳисобланади. Эришилган битимга қараб аванс тўловлари депозит ёки нақ кўринишида бўлиши мумкин.

Депозит умумий битим нархининг келишилган қисми бўлиб, сотишлар бўйича ҳамкор шу қисм пулни бутунлай ҳисоб-китоб қилиш кафолати сифатида келишилган муддатга, мазкур битим бошлангунга қадар туристик фирма ҳисобига ўтказиб беради. Тўлиқ ҳисоб-китоб қилиб бўлинганда депозит битим нархининг умумий тўлови ҳисобига киритилади. Битим бузилган ҳолларда депозит амалдаги меъёрлар асосида қайтарилади.

Хорижий туристик фирмалар билан ҳамкорлик амалиётида депозитнинг икки хил шакли амал қилади. Биринчиси - туристик хизматлар тўлови ҳисобига киритиладиган, йил давомида туристларга бериладиган депозитдир. Бундай депозит йил бошида киритилади. Унинг ҳажми шартнома тузадиган томонлар келишувига қараб аниқланади. Йил охирида у охириги операциялар тўлови сифати ҳисобланиши ёки кейинги йил учун янги депозит сифатида ўтказилиши мумкин.

Иккинчи депозит шакли ҳар бир маълум туристик хизматлар сотуви бўйича ҳисоб-китобларда, кўпинча туристик гуруҳларни қабул қилишда қўлланилади; бу ҳолда депозит ҳар бир келадиган гуруҳ учун белгиланган муддатларда ва белгиланган ҳажмларда киритилади.

Ҳамкорлар билан депозит шаклида ҳисоб-китоб қилишда туроператор доимий равишда турагентнинг жорий қарзлари киритилган депозит суммасидан ошиб кетмаслигини кузатиб бориши зарур.

Фаолият қобилияти. Бу тушунча остида туристик фирманинг тузилган битимдан келиб чиқадиган мажбурият ва ҳуқуқларини бажара олиш қобилияти тушунилади. Туристик фирма фаолият қобилияти қандайдир доимий кўрсаткичлар билан чекланиб қолмайди. Фирманинг кўп қиррали фаолияти, унинг мулки, бозордаги ҳолати, иш алоқалари орқали таснифланади. Фирманинг бу сифатларини баҳолашда бизнинг диққат марказимизда яхши жойда жойлашган ва жиҳозланган савдо бинолари мавжудлиги, реклама ҳажми ва сифати, транспорт ва меҳмонхона компаниялари билан алоқалари, миллий, регионал туристик ташкилотларга аъзолиги, персонал малакаси ва сони, контрагент тармоғи ва фирмада компьютер тизимлари мавжудлиги бўлиши лозим. Бу ҳали фирма фаолият қобилиятини билдирадиган кўрсаткичлар рўйхатининг ҳаммаси эмас. Шунини қайд этиш лозимки, буларнинг ҳаммаси комплекс тарзда ва тез суръатларда кўриб чиқиши лозим. Натижада эса ўрганилаётган фирманинг иш сифатлари ҳақида обектив тасавурга эга бўлишимиз мумкин.

Туроператор турагентни диққат билан танлаши керак, унинг ишончлилигига ишонч ҳосил қилганидан кейингина у билан агентлик битимини тузиш мумкин. Агентларни турмаҳсулот хусусиятларидан ва олдига кўйилган реализация масалаларидан келиб чиқиб танлайдилар.

Турагентларни танлашда эътиборга олинадиган омиллар:

- турларнинг предмет йўналиши;
- ҳуқуқ ва мажбуриятлар ҳажми;
- корхоналар гуруҳининг маълум ҳудуди мавжудлиги;
- потенциал туристлар гуруҳларининг ижтимоий-иқтисодий ва бошқа критерийлари;
- сотиш усуллари ва технологиясининг турличалиги;
- ўзаро ҳисоб-китоблар кўриниши;
- иш тажрибаси ва туризм соҳасидаги мавқеи (имиджи);
- мазкур фаолият кўриниши учун лицензиянинг мавжудлиги.

Таянч сўз ва иборалар: сотиш канали, сотишнинг ички каналлари, сотишнинг ташқи каналлари, хусусий сотишлар бюроси, анъанавий турмаҳсулотни сотиш, ноанъанавий турмаҳсулотни сотиш, улгуржи туристик фирмалар, чакана туристик фирмалар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Турмаҳсулотни сотишнинг асосий каналларини санаб беринг.
2. Сотиш канали нима дегани? Туроператор турмаҳсулотини сотишнинг бозор каналлари кўринишларини санаб беринг.
3. Туристик маҳсулотни сотишнинг анъанавий ва ноанъанавий шаклларини тушунтириб беринг.
4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлашда қайси асосий жиҳатларини ҳисобга олиш зарур?
5. Потенциал ҳамкорнинг фаолият қобилияти нима дегани ва уни баҳолаш усуллари қандай?
6. Турагентларни танлашда туроператорлар томонидан қандай омиллар эътиборга олинади?

XIV.Мавзу.Туристтик маҳсулотларни реклама қилиш

Режа:

- 14.1.Туризмда рекламанинг аҳамияти.
- 14.2.Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.
- 14.3.Реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни назорат қилиш.

14.1.Туризмда рекламанинг аҳамияти.

Туроператорлик йўналишидаги деярли барча фирмалар, албатта, реклама орқали ўз маҳсулотлари ҳақида истеъмолчиларга хабар бериш билан шуғулланишади. Бу туристик маҳсулот ҳаракатининг зарур элементларидан биридир.

Реклама - бу турмаҳсулот ва истеъмолчи орасидаги билвосита алоқа шаклидир. Рекламада оммавий алоқа воситаларидан, айниқса, каталог, брошура, афиша каби нашр материалларидан фойдаланилади. Реклама мақсади - диққатни жалб этиш, қизиқиш уйғотиш, истеъмолчиларга маълумот етказиш ва уни маълум тартибда ҳаракат қилишга мажбур қилиш (масалан, турагент билан боғланиш, қўшимча маълумотлар сўраб олиш ва ҳоказо). Турмаҳсулот ишлаб чиқиш - бу ҳали ҳаммаси етарли дегани эмас, у ўз миқдорини топишлиги асосийсидир. Бунда ранг-баранг бўлган реклама катта рол ўйнайди.

Туризм индустриясида рекламанинг ажралиб турадиган томони унинг маҳсулоти хусусияти билан аниқланади ва қуйидагича мазмун касб этади:

- туристик реклама, унинг ёрдамида олға сурилаётган ахборотлар тўғрилиги ва аниқлиги учун катта масъулиятга эга;
- анъанавий маҳсулотлардан фарқли равишда доимий сифат, таъм, фойдалиликка эга бўлмаган хизматлар рекламаси, маълумот етказиш ва тарғибот каби вазифаларнинг ривожланишига муҳтождир;

туристик хизматлар хусусиятлари туристлар қизиқадиган объектларни нисбатан тўлароқ акс эттирадиган кўрсатма воситаларидан фойдаланиш заруриятини кўзда тутаяди, шунинг учун бу ерда, кўпинча, фотоматериаллар, суратлар, чиройли изоҳ маҳсулотларидан фойдаланилади;

- реклама туризмнинг доимий йўлдоши ҳисобланади ва одамларга нафақат саёҳатгача, балки саёҳат даврида ва ундан кейин ҳам хизмат қилади. Бу унга алоҳида масъулият юклайди ва бошқа маҳсулот ва хизматларга хос бўлмаган хусусиятларни беради.

Туризмда рекламанинг типик мақсадлари қуйидагилардир:

Ахборотлилик:

- Маҳсулот ҳақида маълумот бериш;
- Маҳсулот имиджини шакллантириш;
- Фирма имиджини шакллантириш;
- Фирма фаолияти тўғрисидаги тасавурларни шакллантириш.

Ишонтирувчи:

- Маҳсулотни сотиб олишга ундаш;
- Сотиларни амалга ошириш;
- Маҳсулотга муносабатни ўзгартириш;

- Рақобатнинг тескари таъсири.

Эслатувчи:

- Хабардорлик ва талабни қўллаб-қуватлаш;
- Имиджни тасдиқлаш.

Шу билан бирга реклама фаолияти тўғри олиб борилиши ва унга қўйиладиган қонуний талабларга қатъий мос келиши лозим.

Туроператор реклама фаолиятининг меъёрий асосини туризмда рекламани тартибга солиб турувчи қуйидаги қонунчилик ҳужжатлари ташкил қилади:

1. Ўзбекистон Республикасининг "Реклама тўғрисида"ги Қонуни маҳсулотлар, ишлар ва хизматлар бозорларида рекламани ишлаб чиқиш, жойлаштириш ва тарқатиш жараёнларида юзага келадиган муносабатларни тартибга солиб туради. Шу қонуннинг 3-бандида, Ўзбекистон Республикасининг реклама тўғрисидаги қонунчилиги ушбу Қонун ва шунга мувофиқ қабул қилинган бошқа қонунлардан ташкил топиши назарда тутилган. Рекламани ишлаб чиқиш, жойлаштириш ва тарқатиш жараёнларида юзага келадиган муносабатлар, шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президенти фармонлари ва ижроия ҳокимияти органларининг "Реклама тўғрисида"ги қонунга мувофиқ ишлаб чиқиладиган меъёрий-ҳуқуқий актлар ёрдамида тартибга солиб борилади.

2. Ўзбекистон Республикасининг Жиноят кодекси, "Ёлғон реклама" - бандида айтиладиги, рекламада маҳсулотлар, иш ва хизматлар, шунингдек, уларни ишлаб чиқарувчилар ҳақида ғаразли мақсадларда ёлғон маълумотлардан фойдаланиш ва истеъмолчиларга зарар етказиш иш ҳақининг минимал миқдори ёки тўлиқ иш ҳақи миқдори ёки судланувчининг икки ойдан беш ойгача бошқа даромадлари миқдорида жарима тўлаш; ёхуд 80 соатдан 240 соатгача мажбурий меҳнат ёхуд 3 ойдан 6 ойгача қамоққа олиш ёки 2 йилгача озодликдан маҳрум қилиш билан жазоланади.

3. Ўзбекистон Республикасининг "Оммавий ахборот воситалари тўғрисида"ги Қонунида шундай дейилади: "ОАВда, реклама ахборотлари ва материалларига махсуллаштирилган сифатида рўйхатга олинмаган реклама тарқатиш ҳажми даврий босма нашрнинг алоҳида номери ҳажмининг 40 фоизидан; радио ва теледастурлар учун - 25 фоиздан ошмаслиги лозим. Таҳририят маълумот, таҳририят ва муаллифлик материаллари кўринишда жойлаштирилган реклама учун ҳақ олиш ҳуқуқига эга эмас".

4. Ўзбекистон Республикасининг "Маҳсулотлар ва хизматлар сертификацияси тўғрисида"ги Қонунида мажбурий сертификациядан ўтиши лозим бўлган, аммо мувофиқлик сертификатига эга бўлмаган маҳсулотларни реклама қилиш таъқиқланади.

Туроператор турлар сотиш билан боғлиқ каталоглар, реклама варақалари ва эълонлардаги маълумотларнинг тўғрилиги учун жавобгар ҳисобланади.

Турмаҳсулот рекламасининг мураккаблиги шундаки, у бир вақтнинг ўзида қатор турли хил жиҳатларни акс эттириши лозим:

- талабнинг бозор сегментлари бўйича таклифларнинг турли-туманлиги (масалан, ёш болалардан бошлаб, ўрта синф вакилларига қадар ва ВИП-туристлар учун);

- саёҳат ва сафарлар жойларининг фарқлари (масалан, анъанавий йўналишлар - Туркия, Кипр, Италия, Испания, Марокко, Бали, Кения ва ҳоказо каби янги йўналишлар);
- туризмнинг турли кўринишлари (спорт, тарихий, соғломлаштириш ва бошқалар).

Кўпинча, бир реклама ахборотида маҳсулотни ҳаракатлантирувчи ҳар учала ташкил қилувчини ҳам ҳисобга олиш талаб қилинади (йўналиш, сафарлар кўринишлари ва истеъмолчилар категориялари бўйича ажратилган таклифлар).

Бунда рекламанинг қуйидаги асосий принципларини ҳисобга олиш зарур:

- реклама қисқа бўлиши лозим, акс ҳолда у охиригача қабул қилинмайди;
- реклама мижозларга тушунарли бўлиши керак, чунки онгли қабул қилинган нарсалар одатда хотирада кўпроқ сақланиб қолади;
- ахборотнинг бошидаги ва охиридаги хабарлар ахборотнинг ўртасида келтириладиган маълумотларга қараганда яхши эса қолади. Реклама ахбороти макети ва матнини тузишда асосий маълумот билан бошлаб, у билан тугатиш учун уни олдиндан ажратиб олиш лозим;
- маълумотлар одатий тушунчаларга, ишончлар, фикрларга зид бўлмаса, енгил қабул қилинади ва яхши эслаб қолинади;
- жамият ҳаётининг асосий тенденциялари руҳиятини ҳам ҳисобга олиш зарур. Бунинг учун аҳоли ичида ижтимоий сўровлар, яъни маркетинг тадқиқотларини ўтказиш керак. Фақат шу орқали мижозларга нима ёқишини билиб олиш мумкин.

Туристтик фирмадаги реклама бўйича тактик қарорлар ўз ичига 3 блок саволларни олади:

- реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш;
- реклама эълонларига тўловлар ва харажатларни назорат қилиш;
- реклама мурожаатномаларининг чиқиш графиги.

14.2.Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.

Бу ҳолда асосий вазифа нисбатан самарали ва тежамли реклама воситасини танлаш ҳисобланади. Бунда маълумот манбаасини изчил ўрганиш зарур, яъни истеъмолчилар танлаши мумкин бўлган мамлакат, минтақа, туристик марка ёки курорт ҳақидаги маълумотларни қаердан олиш мумкинлигини аниқлаш керак.

Реклама воситалари жуда ҳам турли-туман бўлиши мумкин. Туризм рекламаси кўпинча қуйидаги воситалардан фойдаланади: матбуот, телевидение, радио, видеороликлар, почта жўнатмалари, транспорт, сотиш жойларидаги реклама доскаси, ташқи ва сувенир рекламалари ва ҳоказо.

Реклама воситаларини ўрганиш ва танлаш аудитория, тираж, камраб олиш доираси, такрорланиш даражаси каби тушунчалар билан боғлиқ.

Аудитория - мазкур реклама ташувчиси реклама ахборотини етказадиган шахслар гуруҳи. Аудиторияни баҳолаш критерийси, масалан газета учун - маълум вақт оралиғида уни кўриши мумкин бўлган одамлар сони ҳисобланади.

Тираж - реклама ташувчиларнинг (газета, журнал, справочниклар ва ҳоказо) мунтазам чиқариладиган нусхалари миқдори.

Қамраб олиш доираси - маълум вақт оралиғида ушбу реклама ташувчиси билан муносабатда бўлган алоҳида одамлар ёки оилалар сонидир. Қамраб олиш доираси маълум туристик бозорни ташкил қилувчи барча одамлар ёки оилалар сонига нисбатан фоизларда ифодаланади. Телевидениени оладиган бўлсак, "қамраб олиш доираси" тушунчаси ТВ билан 4 ҳафта мобайнида муносабатда бўлган оилалар сонини билдиради.

Такрорланиш даражаси - маълум вақт оралиғида рекламани жойлаштиришнинг маълум графиги доирасида турли одамлар ва оилаларни қамраб олиш миқдори. Такрорланиш даражаси қанчалик юқори бўлса, шунчалик ўзоқ вақт давомида реклама қилинаётган турмахсулот хотирада сақланиб қолади.

Реклама воситаларини танлаш. Ҳар бир алоҳида ҳолатларда реклама ташувчилар самарадорлиги ва зарурияти аниқланади ва юқорида келтирилган тушунча ҳамда таърифлар асосида потенциал туристларга у ёки бу оммавий ахборот воситалари орқали реклама мурожаатлари чиқариш мақсадга мувофиқлиги кўриб чиқилади.

14.3.Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш.

Реклама компанияси учун тўловларни амалга ошириш учун туристик фирмада қуйидаги кўрсаткичларни бирлаштириб турадиган харажатлар сметаси тузилади:

- реклама ассигнованиялари суммаси;
- реклама тадбирлари ҳажми;
- реклама воситалари ёки реклама ташувчиларда нашр қилиш учун тариф ставкалари (ёки нархлар).

Реклама нашрларининг нархлари ёки тарифлари ҳаракатчан ҳисобланади ва буюртма шартлари таъсирида сезиларли даражада арзон бўлиши мумкин. Бундай шароитларда реклама ташувчиларда реклама нашрлари учун нархлар ва тариф ставкаларини билиш ва улардан мохирона фойдаланиш туризм рекламаси билан шуғулланадиган ходимлар учун аҳамиятли талаб ҳисобланади.

Газеталарда реклама қийматини ҳисоблаш бирлиги қатор (ёки агат) ҳисобланади. Матбуотдаги турли тижорат рекламалари нархларини солиштирганда, уларни умумий маҳражга, яъни, "бир нусхадаги бир қатор учун" нархига келтирилади.

Тўлалигича молиялаштирилганда бир реклама берувчи дастурни сотиб олади ва фойдаланади. Навбат билан молиялаштиришда эса дастурни, харажатларни навбат билан кўтарадиган икки реклама берувчи сотиб олади. Ҳиссавий молиялаштиришда икки ёки бир неча реклама берувчи дастурни сотиб олишади ва дастурнинг алоҳида қисмларидан фойдаланишади. Телевидения бўйича реклама тарифлари кўрсатув вақти ва дастур мазмунига кўра турлича бўлиши мумкин. ТВдан фарқли равишда радиостанциялар сутканинг қайси вақтида реклама берилишидан қатъий назар ягона тариф бўйича ҳақ оладилар.

Наширлар графиги оммавий ахборот воситаларида реклама эълонларининг чиқарилиш саналарини ва муддатларини кўзда тутди. Туризмда бу муддатлар туристик саёҳатларнинг равшан тасвирланган мавсумийлиги билан, шунингдек, туристик фирмаларнинг кейинги йил учун туристик саёҳатларни брон қилишнинг оммавий талабномаларини қабул қилишда кузги-қишки анъана билан мувофиқлашади.

Реклама эълонларини жойлаштириш частотаси ва муддатлари у ёки бу реклама ташувчилар хусусиятларига боғлиқ. Газета, радио ва телевиденияда берилган рекламалар мижозлар билан ўткинчи реклама учрашувини юзага келтиради. Шу сабабли бундай учрашувларни нисбатан барқарор қилиш учун такрорланиб турувчи реклама эълонлари серияларини тайёрлаш зарурдир. Бу ҳолатлар маркетингнинг умумий вазифаларига мувофиқ ишлаб чиқиладиган нашрлар графигида ҳисобга олиниши лозим.

Рекламани жойлаштириш самарадорлигини қаттиқ назорат қилиш зарур. Бунга турфирма офисига келувчи мижозлар ва ташриф буюрувчилар орасида, фирма ва унинг турмахсулотлари ҳақидаги маълумотларни қаердан олганликлари тўғрисидаги сўровлар ўтказиш йўли билан эришиш мумкин. Рекламага қилинган ҳаражатлар реклама ташувчилари билан, сотилган турлар бўйича тушумлар солиштирилади ва шу асосда нисбатан самарали реклама воситалари аниқланади.

Таянч сўз ва иборалар: реклама, туризмда реклама, турфирма рекламаси, реклама воситалари, реклама ташувчилари, реклама нашрлари, турмахсулот рекламаси.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туроператор маҳсулотини сотиш (ҳаракатлантириш) тизимида нималар киради?
2. Реклама ўзи нима дегани ва унинг мақсадлари қандай?
3. Турмахсулот рекламасининг мураккаблиги нимада?
4. Рекламанинг асосий принциплари қандай?
5. Реклама фаолиятининг меъёрий асоси ҳақида нимани биласиз?
6. Туроператор турларни сотиш бўйича ўз каталоглари, рекламаси ва эълонларидаги маълумотлар тўғрилиги учун жавобгарлик чоралари қандай?

XV.Мавзу. Туристтик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари

Режа:

- 15.1.Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.
- 15.2.Чакана турагентларни рағбатлантириш.
- 15.3.Туризмни ташвиқот қилиш.

15.1.Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.

Истеъмолчиларни рағбатлантириш вазифалари орасида асосийлари қуйидагилардир: таклиф этилаётган турлар ёки алоҳида хизматларнинг нисбатан интенсив истеъмол қилинишини рағбатлантириш, туристларни улар аввал фойдаланмаган хизматларни сотиб олишга ундаш, рақобатчилар хизматларидан фойдаланаётганлар эътиборини туристик таклифга жалб қилиш.

Рағбатлантириш воситалари:

- туристик хизматлар ва сафарларни белгиланган муддатлардан олдин брон қилиш ҳолларида эълон қилинган нархлардан чегирмалар бериш. Бу усул кўп сонли харидорларни туристик сафарларни аввалдан нисбатан паст нархларда сотиб олиш имконияти билан қизиқтириш мақсадига эгадир;
- агар турист сафарнинг максимал ўзоқ муддатли турини сотиб олса, қўшимча 1-3 кун мобайнида бепул хизмат кўрсатишнинг таклиф этилиши. Масалан, турист 20 кун муддатли тур сотиб олса, унга қўшимча равишда яна 1 -3 кун бепул хизмат кўрсата олиши мумкин;
- комплекс хизмат кўрсатишга баъзи бепул қўшимча хизматларни қўшиш (масалан, диско-клубга, плажга кириш, мини-гольф, теннис кортларидан фойдаланиш);
- фирма томонидан матбуот, радио ва ТВда туризм саволлари бўйича викториналар ўтказиш ва ғолиб бепул туристик сафар кўринишида мукофот билан тақдирланади. Шундай йўл билан фирма қўшимча потенциал мижозлар сони диққатини ўзига жалб қилади;
- фирма томонидан ташкил қилинадиган тур бўйича саёҳат қилаётган туристларга бепул фирма сувенирларини (йўл сумкалари, ручкалар ва ҳоказолар) кенг миқёсда бериб чиқиш. Урғу туристлар назарида фирма мавқеининг оширилишига ва уларни ўз доимий мижозлари қаторига бирлаштиришга берилади;
- фирманинг доимий мижозларини меҳмонхоналарда нисбатан ҳашаматли номерларда, ресторанларда, шинам жойларда жойлаштириш, гуллар, мевали вазалар, нисбатан қиммат сувенирлар тақдим этиш, шунингдек, байрам муносабатлари билан табрикномалар юбориш, хизмат кўрсатишда алоҳида эътибор кўрсатиш;
- юбилей (1-, 10-, 100-, 1000-) харидорларининг тантанали маросимларини ўтказиш. Шу муносабат билан матбуот, ТВ ва радиода

ахборотлар бериб бориш. Юбиларларга қимматбаҳо совғалар тақдим этиш ёки уларга имтиёзлар бериш.

15.2. Чакана турагентларни рағбатлантириш.

Чакана туристик фирмаларни рағбатлантириш вазифаларига қуйидагилар киради: ўз савдо фаолиятлари объектлари таркибига янги туристик хизматларни киритганликлари учун уларни рағбатлантириш, рақобатчилар томонидан амалга оширилаётган рағбатлантириш чораларининг олдини олиш, чакана фирмаларда ҳамкорликка тарафдорликни шакллантириш, ўз таклифлари билан янги савдо нуқталарига чиқиш.

Рағбатлантириш воситалари:

- белгиланган квоталардан ортиқча сотилган туристик саёҳатлар учун ошиб борувчи комисионлар белгилаш;
- гуруҳли саёҳатларга сотишлар ҳажми ошган ҳолларда, айниқса, номавсум пайтларда эълон қилинган нархлардан чегирмалар бериш;
- сафар давомида туристик гуруҳни кузатиб борадиган чакана фирмалар ходимларига бепул хизмат кўрсатишни таклиф қилиш;
- чакана турагентликлар вакилларига вакиллик сувенир-совғаларини тақдим этиш;
- турлар сотилишининг имтиёзли шартларда амалга ошириладиган туристик биржаларини ўтказиш (биринчи қўл ҳуқуқи, табиийки, эълон қилинган нархларга нисбатан арзон тарифлар ва чегирмалар);
- потенциал ҳамкорлар орасида каталогларни тарқатиш;
- чакана туристик фирмалар ходимлари учун бепул ёки эълон қилинган нархлардан юқори даражадаги чегирмалар (75%) асосида таништирув (реклама-маълумот) сафарларини ташкил қилиш. Бундай сафарлар давомида реклама турлари қатнашчилари учун туризм индустрияси, туристик объектлар билан таништиришни ўз ичига оладиган дастурлар ташкил қилинади, махсус реклама-маълумот семинарлари ўтказилади.

Таништирув саёҳатлари ҳозирги туризм бозорида меъёр бўлиб қолган. Турагентлар учун таништирув саёҳатларини ташкил қилишнинг бир неча принципларини санаб ўтамиз:

- бундай сафарлар гуруҳлар директорлари орасида эмас, балки бевосита турларни сотадиган менежерлар орасида (турагентликлар ходимларидан) шакллантирилади;
- одатда, бундай турларга ўзларини кўрсата олган ҳамкорлар таклиф қилинадилар;
- бундай сафарлар номавсум маҳали (мавсум бошланиши олдидан) ташкил қилинади;
- тур дастурига қабул қилишнинг моддий базаси ҳамда бошқа барча асосий ва қўшимча хизматлар билан танишув киритилади;
- бундай сафарларда стандарт гуруҳ одатда 15-20 кишини ташкил қилади;
- сафарнинг стандарт давомийлиги - 1 ҳафта;

- сафар қатнашчилари фақат авиачипталаргагина пул тўлайдилар (бундай турларни барча хизматлар бепул кўрсатиладиган рағбатлантирувчи турлар билан чалкаштириш керак эмас);
- таништирув сафарида қатнашган аниқ фирмалардаги сотиш натижаларини кузатиб бориш амалга оширилади.

Рағбатлантириш чоралари умумий маркетинг стратегияси ва нисбатан самарали воситаларни танлаш асосида режалаштирилади. Реклама фаолияти каби сотишни рағбатлантириш тадбирлари ҳам таквимий муддатларда амалга оширилади. Бу муддатлар ҳам миллий, ҳам халқаро туризмда кейинги йилда йирик туристик воқеалар муддатлари билан мос келадиган туристик сафарларнинг фаол сотилиш даври бўлиши мумкин. Рағбатлантириш тадбирлари маълум ҳаражатлар билан боғлиқ бўлганлиги туфайли уларни амалга ошириш учун тегишли сметаларни тузишни талаб қилади. Ажратиладиган маблағ миқдори, кўпинча, фирманинг умумий обороти ёки даромадларидан фоизлар ҳисобида аниқланади. Бунда аввалги йиллар ҳаражатларини аниқлаш критерийси бўлиши мумкин.

Сотиш тадбирларини йўлга қўйиш билан бир қаторда унинг самарадорлигини ҳам ҳисоблаб бориш лозим. Бунинг учун туристлардан сўровлар усули, сотилган туристик хизматлар ҳажмининг ўтган йилги кўрсаткичлари билан солиштирма таҳлили кабилардан фойдаланилади.

15.3.Туризмни ташвиқот қилиш.

Туристтик сафарларнинг сотилишини фаоллаштириш учун сотишни рағбатлантириш тадбирлари билан бир қаторда туристик ташвиқот ҳам бўлиши мумкин ва лозим. Ҳозирда бу фаолиятни ПР – паблик рилейшнз (публик релатионс) ёки паблисити (публи-китй), яъни жамоат фикрини шакллантириш деб аташади.

Ташвиқот туристик фирманинг мавжуд ёки потенциал мижозлари эшитиши, кўриши ва ўқиши мумкин бўлган барча маълумот тарқатиш воситаларида жой ва вақтнинг пул тўланадиган эмас, балки таҳририят орқали фойдаланишини ўз ичига олади. Бундан ташқари ташвиқот – бу яна хизмат кўрсатиш ва туристик корхонанинг ижобий образини яратадиган оммавий тадбирларни ташкил қилиш ва унда қатнашиш ҳам демакдир.

Туристтик ташвиқот манфаатдор мамлакатлар, регионлар, туристик марказларга туристик сафарларни оммалаштириш, туристик фирма, корхоналар мавқеини ошириш учун қўлланилади. Фаолиятнинг бу кўриниши жамиятда турфирма ва унинг фаолият йўналишлари ҳақида тушунча ҳосил қилишни, туристик имиджни шакллантиришни ўз олдига мақсад қилиб қўяди. Шу билан бирга фирманинг яхши номга эга бўлиши таъминлаш вазифаси ҳам қўйилади. Бу вазифани ҳал этиш учун бир неча воситалардан фойдаланилади:

Билиш – ҳодисавий характеридаги маълумотларни жойлаштириш ва туристик хизматлар ва туристик объектларга китобхонлар эътиборини жалб қилиш учун матбуот билан муносабатларни ўрнатиш ва қўллаб туриш. Матбуот билан муносабатлар туризм масалаларини ёритадиган журналистларни таклиф қилиш, танланган йўналиш бўйича фирма ҳисобидан сафарлар уюштириш,

турли қабуллар, семинарлар, матбуот конференцияларига таклиф қилиш орқали ўрнатилади.

Умумфирма коммуникацияси – жамоатчиликнинг фирма хусусиятлари билан нисбатан чуқурроқ тушунишини таъминлашга қаратилган фаолиятдир. Бундай коммуникацияга фирманинг хайрия тадбирларида, жамоат жамғармаларида қатнашиши, шунингдек, ҳомийлик қилиши мисол бўла олади.

Маҳсулот ташвиқоти – маълум туристик хизмат, дастур, йўналишларни оммалаштириш бўйича турли кўринишларни бирлаштиришга қаратилган фаолиятдир. Бундай ташвиқотга туризм, фирма кунларини; «Туризм ва спорт», «Туризм ва экология» каби ташвиқот компанияларини ўтказиш киради.

Лоббизм – жорий фаолиятнинг расмий органлар келишиши лозим бўлган масалаларини ҳал этиш, қандайдир қонуннинг қабул қилиниши ёки унинг бекор қилинишига эришиш мақсадида қонун чиқарувчи, ҳукумат ва расмий мансабдорлар билан ишлаш.

Маслаҳат бериш – расмий органларга туризмнинг жамиятдаги аҳамияти ва туристик фирма фаолияти масалалари бўйича тавсиялар бериш.

Ташвиқот (ПР) жамият хабардорлигини сезиларли даражада оширади ва рекламага нисбатан анча арзонга тушади, чунки маълумот тарқатиш воситаларида на жой, на вақт учун ҳақ тўланмайди.

Муваффақиятли танланган туризм мавзуси бевосита туризм бўйича мутахассис бўлмаган журналистларнинг кенг доирасини қизиқтириб қўйиши мумкин. Туризм мавзусидаги маълумотлар иқтисодиёт, ижтимоий муаммолар, sanoat, спорт, атроф-муҳитни ёритадиган рубрикалар остида ҳам ўз ўрнини топиши мумкин.

Маълумотга қўйиладиган талаблар. Биринчи талаб – вақт омилини ҳисобга олиш. Маълумот ҳодисаларни огоҳлантириб туриши лозим. Ҳар ойда чиқадиган журналлар учун қандайдир ҳодиса ҳақидаги репортаж нашрдан камида уч ой олдин тайёрлаб қўйилган бўлиши лозим. Иккинчи талаб – материални бериш кўриниши шу нашр эгаллайдиган жойга мос келиши керак. Айнан бир хил материал кимга мўлжалланганлигига қараб турли кўринишларга эга бўлади.

Туристтик маҳсулот ташвиқоти учун маълумот беришнинг асосий кўринишлари интервью ва шарҳ ҳисобланади.

Туристтик тадбирлар ўз характерида кўра турли-туман бўлиши мумкин:

- у ёки бу спорт курорти ёки маълум мавзуга диққатни жалб қилиш учун стенд, витриналарни ўрнатиш имконини берадиган намойиш кунлари ва ҳафталари (пресс-конференциялар, кўргазмалар, конференциялар, турли намойишлар, тақдимот маросимлари ва бошқалар);
- бир ёки икки ҳафта ичида кутилиши мумкин бўлган, қандайдир ҳодиса ёки меҳмонхоналарга эътиборни жалб қилиш учун ўтказиладиган гастрономик тадбирлар;
- савдо кунлари ва ҳафталари. Улар туристик намойишлар муносабати билан ташкил қилинади;
- кўп сонли истеъмолчилар эътиборини жалб қилишга қаратилган йирик уюшмалар томонидан ёки йирик туроператорлар ташаббуси билан

ўтказиладиган конкурслар. Улар ҳам матбуот кўмагида ёки матбуот кўмагисиз ўтказилиши мумкин;

- спорт-томоша тадбирлари – чемпионатлар ўтказиш, кубокларни топшириш, мураккаб бўлмаган байрам мусобақаларини ташкил қилиш. Бундай туристик тадбирларда қатнашчиларни меҳмон қилиш амалиёти қўлланилади (фуршет, кўчма буфетлар ва ҳоказо).

Бундай тадбирларни ташкил қилишда унинг статик ва динамик намоиш воситалари (суратлар, афишалар, витриналар, филмлар, слайдларни кўрсатиш) билан безатилиши қата аҳамиятга эга. Бу ерда туристик корхона савдо белгисининг таниқлилиги муҳим рол ўйнайди.

Маълумот сафарлари. Журналистларнинг маълумот сафарлари амалиёти бутун дунёда қўлланилади. Сафардан мақсад – газета ва журналларда, психологик таъсири бевосита рекламага нисбатан анча кучли бўладиган мақолалар чоп этиш учун маълумот материалларини олишдан иборат. Бу таасурот нисбатан тўлиқ ва манфаатли, таннархи эса реклама харажатларига нисбатан кам бўлади.

Журналистлар сафарларини ташкил қилиш саёҳатлар бўйича агентнинг ташриф буюришидан ёки уни кутиб олишдан фарқ қилади. Агентлар ташрифи журналистлар сафарларидан муҳимроқ бўлиши мумкин, чунки уларнинг мақсадлари янги бозорни ўзлаштириш компаниясидан олдин турмаҳсулот сотилиши учун барча нарсаларни тайёрлаб қўйишдир. Маълумот сафарларига нафақат манфаатдор журналистлар, балки тадбир янада қизиқарлироқ бўлиши учун таниқли шахслар ҳам киритилиши мумкин.

Сафарларга журналистларнинг қата гуруҳини таклиф этиш (бир мақсадга эга бўлган ягона гуруҳ шаклланган ҳолларидан ташқари, яъни, масалан курорт очилиш маросими кутилаётганда) мақсадга мувофиқ эмас. Журналистлар одатдаги туристик гуруҳга қўшилиши ва йўналиш бўйича индивидуал сафарга чиқишлари мумкин. Сафарларни ташкил қилишда қуйидагилардан эҳтиёт бўлиш керак:

- ҳаддан ортиқ тўйинтирилган дастурларни таклиф қилишдан. Дам олиш, сайр қилиш ва сотиб олиш учун бўш вақт қолдириш зарур;
- нутқларнинг, айниқса, хорижий тиллардагиларининг баланд парвозлигидан;
- сафарга қизиқмаган, яхши билимга эга бўлмаган ёки чиқишимли бўлмаган журналистларни таклиф қилмаслик;
- вақтдан самарасиз фойдаланишдан;
- қабул қилувчи томонда таклиф қилинган журналистлар ҳақида маълумот йўқлиги.

Матбуотда ўз фаолияти ҳақида мақола босилишини кутадиган ҳар қандай ташкилот бу мақоланинг ўқувчиларда қизиқиш уйғотишини олдиндан кўра билиши ва брошуралар, буклет ва каталоглар мавжудлиги ҳақида аввалдан қайғуриши лозим.

Таянч сўз ва иборалар: рағбатлантириш, рағбатлантириш воситалари, чакана турагентларни рағбатлантириш, туристик ташвиқот, маҳсулот ташвиқоти, маълумот сафарлари.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Истеъмолчиларга турмахсулот сотишни рағбатлантиришнинг вазифалари ва чоралари қандай?
2. Чакана турагентликларга турмахсулот сотишни рағбатлантириш вазифалари ва чоралари ҳақида маълумот беринг.
3. Туризмда ташвиқот воситаларини санаб беринг.
4. Туризм фаолиятининг нашр орқали ёритилиши қандай ташкил қилинади?
5. Матбуот учун маълумотларга қўйиладиган талаблар қандай?
6. Туризм фаолиятини ташвиқот қилиш мақсадларида ташкил қилинадиган туристик тадбирлар кўринишларини санаб беринг.

XVI.Мавзу. Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш

Режа:

- 16.1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.
- 16.2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.
- 16.3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома.
- 16.4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

16.1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.

Янги жойларга турлар ташкил қилиш қарорини қабул қилишдан олдин туристик фирмалар маркетинг изланишларини олиб боришлари лозим. Мижозлар эҳтиёжлари, қизиқишларини, талаб тенденциясини аниқлаш зарур. Бу истеъмолчи талабларини нисбатан тўлиқроқ кондирадиган турпакетни шакллантиришга ёрдам беради. Бу изланишлар яна турларни тўғри режалаштиришни тўғри олиб бориш ва хизматлар етказиб берувчилар билан шартнома компанияларини олиб боришга ёрдам беради.

Тайёргарлик ишлари янги йўналиш, янги дастур бўйича ёки янги мамлакатга биринчи туристлар жўнатилишидан икки йил олдин ва ундан кўпроқ ҳам олдин бошланади.

Хизматлар етказиб берувчи ҳамкорлар билан муносабатлар шартнома кўринишида расмийлаштирилади. Ҳар бир фаолият йилида шартнома компаниялари ўтказилиб, унда шартномалар имзоланади. Шартнома компанияси олдидан қуйидаги бўлимларни ўз ичига олувчи шартнома режаси тузилади:

- ҳамкор номи;
- шартноманинг асосий предмети;
- шартноманинг амал қилиш муддати;
- шартномаларни тузиш муддатлари;
- алоҳида маиумотлар.

Бу режа реал тасвирга - саёҳат жараёнида хизматлар билан таъминлаш бўйича туристик фирма ходимларининг фаолият схемасини тузишга имкон беради. Шартнома режаси таркиби саёҳат кўриниши ва кўрсатиладиган хизматларга боғлиқ. Бир неча тур кўринишлари бўлса, дастлаб ҳар бир тур бўйича кичик режалар тузилади, кейин шартномалар тузиш муддатлари ёки географик принциплар бўйича ҳамкорлар гуруҳланидиган умумий режа тузилади. Шартнома режасини тузишдан олдин тахминий ҳамкорларни аниқ тасаввур қила олишимиз, шунингдек музокаралар чоғида шартнома тузишга ҳам тайёр бўлишимиз лозим.

Туристтик фирмалар шартнома компаниясини истиқболини ишлаб чиқишда туристик-меҳмонхона йўналишидаги маълумот справочникларидан кенг фойдаланадилар. Халқаро туристик ташкилотлар томонидан чоп этиладиган туристик агентликлар, меҳмонхона-ресторан бизнеси справочниклари туристларга кўрсатиладиган дам олиш ва саёҳатни ташкил қилиш, жойлаштириш ва меҳмонхона хизматлари тўғрисидаги маълумотларни ўз ичига олади. Шунингдек, мунтазам равишда чоп этиладиган миллий, маҳаллий ва корпоратив справочниклар ҳам худди шундай маълумотларни ўз ичига олади. Йўл кўрсаткичлар, йўналишлар, тарихий объектлар справочниклари, маҳаллий саналар календарлари, яъни хизмат кўрсатиш дастурлари ва турларни тузишда фойдаланадиган ҳамма нарсалар туроператорлар янги йўналишини ишлаб чиқишда ва шартнома режасини тузишда қўлланадиган адабиётлар ҳисобланади.

Хизмат етказиб берувчилар билан шартнома имзолашдан аввал музокаралар олиб борилади. Уларни шундай ўтказиш керакки, натижада, кутилган, зарур бўлган, яхши, сифатли, керакли миқдордаги ва кутилган нархлардаги турмаҳсулотга эга бўлайлик.

Ҳамкорлар билан музокараларга батафсил тайёргарлик кўриш керак. Қуйидагиларни таҳлил қилишимиз лозим:

1. *Музокара шароитлари* - ҳамкордан сизга айнан нима керак? Қандай ҳажмда? Қайси даврга? Ҳамкордан сиз қўшимча равишда нимани хоҳлайсиз? Ундаги, бозордаги маҳсулот ва хизматлар нархи даражаси қандай? Талаблар ажратиладими ёки йўқ?

Масалан, аввалдан буюртма қилинган ёки тасдиқланган мавжуд график бўйича йил давомида, ҳар ҳафта, мунтазам равишда 4 кунга келадиган туристлар гуруҳини (30 киши) жойлаштириш лозим. Жойлаштириш, транспорт, спорт ва кўнгил очиш хизматлари зарур бўлади. Нарх ўртача бозор нархидан улгуржи сотиб олишга бериладиган 10% чегирма олиб ташланганига тенг бўлиши керак. Туристтик класс учун хизмат кўрсатиш ва жойлаштириш даражаси ажратилмайди. Туристлар гуруҳи таркиби ўрта синф категорияси туристлари.

2. *Мумкин бўлган қарорларни амалга ошириш йўллари* - Ким нимани ва қайси муддатларда бажараётганини аниқ билиш зарур. Қандай қилиб қарор қилишнинг бир босқичи бошқасига ўтади? Шартнома тузиш воситалари қандай тайёргарлик босқичида турибди? Шартнома лойиҳаси ва туристларнинг келиш графикларини ким тайёрлайди? Қўшимча хизматлар бўйича масалалар қандай келишилади? Уларни шартномага дарҳол қўшиш керакми ёки йўқми? Шартлар шартнома матнига қўшилади, музокаралар давомида эса улар ё қолдирилади ёки олиб ташланади.

3. *Музокаралар бўйича сизнинг ҳамкорингиз «Портрети»* - ҳамкор мақсадлари сизнинг мақсадларингиздан қанчалик фарқ қилади? Ҳамкор стратегияси қандай параметрларга (муддатлар, хизмат кўрсатиш даражаси, хизматлар тўплами) асосланади?

Ушбу тавсияномаларни қўллаб туриб, музокаралар бошланишидан аввал уни олиб бориш режасини тузиб олиш лозим. Бу сизнинг заиф томонларингизни аниқлаш ва қўшимча ечимларни топишга ёрдам беради.

Музокараларни олиб бориш режаси сизга ҳамкорлар муносабатини олдиндан билиш имконини беради ва олдиндан алтернатив таклиф ва қарорлар тайёрлашга ёрдам беради.

Исталган музокараларда нафақат стратегик ёндашув, балки психологик тайёргарлик ҳам зарур бўлади. Сиз музокараларга тайёрландингиз ва натижада, туристларга хизмат кўрсатишда хизмат етказиб берувчилар билан шартнома тузилди. Стратегик режа тайёр. Аммо сиз психологик томондан бунга тайёرمىсиз? Кўпинча, музокаралар нотўғри мурожаат оқибатида бузилади. Бунинг олдини олиш мақсадида мутахассислар музокараларни олиб бориш ва мулоқот уюштиришда психологик қоидаларини ишлаб чиқдилар.

Туроператорлар ўртасидаги шартномалар. Меҳмонхоналар, авиалиниялар ва бошқа хизматлар етказиб берувчилар билан музокаралар жараёнида бориладиган жой, гуруҳлардаги туристлар сони ва уларнинг келиш саналари белгиланганидан кейин шартнома ва битимларни имзолаш босқичи келади.

Шартнома томонларининг мажбурияти ва масъулиятларини тартибга солиш учун зарур. Хусусан меҳмонхоналарда сотилмаган жойлар, самолётда бўш жойлар қолганда ёки чартер авиарейслар бекор қилинганда ҳар бир ҳолат учун жарима, санкцияларни кўзда тутиш учун зарур бўлади.

Туроператорнинг тўғри ташкил қилинган шартнома иши унинг турли хизматлар етказиб берувчилар фаолиятига боғлиқ бўлмасликка ёрдам беради. Йирик туроператорлар, одатда, меҳмонхоналар билан, арзонлаштирилган нархларда маълум жойлар сонига ёки меҳмонхонанинг тўлиқ бандлигини таъминлаш учун узоқ муддатли шартнома тузадилар. Бунда туроператор учун хавф ҳам мавжуд - барча турлари сотилмаган ҳолларда бўш жойлар учун ўз ҳисобидан пул тўлашга мажбур.

Унча катта бўлмаган ёки махсуслашган туроператорлар аҳамиятли, мустақил, инклюзив турларни сота туриб, меҳмонхоналар билан эркин сотиш ҳақида битимга эга бўлиши мумкин ва бунда меҳмонхоналар туристларнинг максимал сони учун жойлаштиришни кафолатлашга рози бўладилар. Бундай битимлар унча катта бўлмаган туристик дастурлар учун фойдали бўлиши мумкин, аммо улар сезиларли камчиликка эга, чунки меҳмонхоналар эгалари баъзида маълум санада меҳмонхонани ёпиш ҳуқуқини ўзларида сақлаб қоладилар.

Туризмда шартномавий ўзаро муносабатлар халқаро ва миллий фоқаролик ҳуқуқ меъёрлари билан тартибга солинади.

Халқаро даражада бундай муносабатлар қуйидаги асосий ҳужжатлар билан тартибга солинади:

- туристик агентликлар уюшмаларининг Бутунжаҳон Федерацияси Бош ассамблеяси томонидан 1970 йил 22 октябрда саёҳатлар учун шартнома бўйича Халқаро конвенцияси;
- Европа хавфсизлик ва ҳамкорлик давлатларининг 1994 йил Венадаги учрашувида қабул қилинган Туристлар шартномалари ва уларни алмаштириш бўйича Низоми;
- 1929 йил 12 октябрда қабул қилинган, 1955 йил ва 1975 йилларда ўзгартириш ва қўшимчалар киритилган халқаро хаво ташувларининг

асосий қоидаларини унификация қилиш тўғрисидаги битим (Варшава конвенцияси);

- 1967йил Брюсселда қабул қилинган йўловчилар ва юкларнинг халқаро автомобил ташувлари бўйича Женева конвенцияси;
- 1996 йил 29 октябрда МДХ давлатлари - қатнашчилари Парламентлараро ассамблеяси томонидан қабул қилинган "МДХ давлатлари - қатнашчиларининг туризм соҳасидаги ҳамкорликларининг асосий принциплари ҳақида" ва бошқалар.

Туризм соҳасидаги шартнома муносабатлари миллий даражада қуйидаги меъёрий-ҳуқуқий актлар орқали тартибга солинади:

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 02.09.2002 й. 310-сонли "Ўзбекистон Республикасида халқаро туризм ва меҳмонхона бизнесини ривожлантиришнинг чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори;

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 27.06.2002 й ПФ-3099-сонли "Ўзбекистон Республикасида нақд хорижий валюталар муомаласини тартибга солиш тўғрисида"ги Фармони;

3. Марказий банк бошқарувининг 10.05.2002 й. 504-1-сонли "Йўл чекларини бериш ва ундан фойдаланиш тартиби тўғрисидаги Низомга ўзгартиришлар киритиш ҳақида"ги Қарори (АВ 21.05.2002 й. рўйхатга олинган 1115-1 -сон);

4. Марказий банк бошқарувининг 10.05.2002 й. 505-1-сонли " Айирбошлаш пункти ҳақидаги Низомга ўзгартиришлар киритиш тўғрисида"ги Қарори (АВ 21.05.2002 й. рўйхатга олинган 1114-1-сон);

5. Туристик хизматларни сертификациялаш тартиби (Ўзбекистон Республикаси сертификациялаш миллий стандартлари) (Ўздавстандарт томонидан тасдиқланган, АВда 18.03.2000й. рўйхатга олинган 911-сон);

6. Туристик гуруҳларни хорижга юборишнинг вақтинчалик тартиби (АВда 07.03.2000 й. 908-сон билан рўйхатга олинган, Ўзбектуризм томонидан 04.02.2000 й. 22F217-II-сон билан. ТИВ, МХХ, ИИВ томонидан 10.02.2000 й., ДЧКК томонидан 09.02.2000 й тасдиқланган);

7. Ўзбекистон Республикасининг 20.08.1999й. 830-1-сонли «Туризм тўғрисида»ги Қонуни;

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 15.04.1999й. ПФ-2286-сонли "Ўзбекистонда 2005 йилгача даврда туризмни ривожлантириш давлат дастури тўғрисида"ги Қонуни;

9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 08.08.1998 й. 346-сонли "Туристик ташкилотлар фаолиятини ташкил қилишни такомиллаштириш тўғрисида"ги Қарори;

10. Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона хизматларини кўрсатиш қоидалари (АВда 12.01.1998 й. рўйхатга олинган 389-сон, Коммунал хизмат кўрсатиш Вазирлиги томонидан 22.12.1997й тасдиқланган);

11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 20.10.1992 й. 484-сонли "Ўзбектуризм" Миллий компанияси фаолиятини ташкил қилиш масалалари тўғрисида"ги Қарори.

Рецептив туроператорга хизматлар еказиб берувчилар билан шартнома. Хизматлар етказиб берувчилар билан шартномалар туристларга

хизмат кўрсатиш ва ҳамкорлар билан ўзаро муносабатлар масалалари киритилган услубий шартномалар асосида тузилади.

Тур йўналишида туристларга хизмат кўрсатиш бўйича хизматлар етказиб берувчи ҳамкорлар билан бўладиган барча ўзаро муносабатлар ёзма шартномалар тузиш орқали расмийлаштирилади. Улар олди-сотди шартномасининг услубий шаклига, ёки комиссия шартномасига, ёхуд айирбошлаш шартномаси (туристик гуруҳларнинг валютасиз айирбошланиши) шаклида бўлиши мумкин.

Хизматлар етказиб берувчилар билан шартномаларнинг асосий мазмуни услубий шартнома мазмунига ўхшашдир: шартнома предмети, асосий шартлар, хизматлар етказиб берувчиларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, туроператорнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, томонлар жавобгарликлари, форс-мажор ҳолатлари, ҳамкорларнинг ҳуқуқий манзиллари ва реквизитлари.

Шартнома томонлар орасида тегишли шаклда, барча мавжуд шартлар бўйича келишувга эришилган ҳолда тузилади. Мавжуд шартлар деганда қонунчилик томонидан тан олинган ёки шу фаолият учун зарур бўлган шартнома предмети тўғрисидаги шартлар, шунингдек, томонлардан бирининг аризаси бўйича келишувга эришиш лозим бўлган шартлар тушунилади. Шундай қилиб, томонлар ўз хоҳишларига кўра шартнома шартларини ўрнатиш ҳуқуқига эгалар, чунки ҳар бир ҳолатнинг туристларга хизмат кўрсатиш хусусиятлари ва келишиладиган томонларнинг ўзаро муносабатларига боғлиқ бўлган ўзига хослиги мавжуддир. Бунга фақат тегишли шартлар мазмуни қонунчилик томонидан таъқиқланган ҳолларгина кирмаслиги мумкин.

16.2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.

Халқаро меҳмонхона хизматлари билан туроператорлар ва турагентлар ўзаро муносабатларини тартибга соладиган битим ва ҳужжатлар бизга маълум ва кенг қўлланилиб келинмоқда. Улардан биттаси - 1970 йилда Халқаро меҳмонхоналар уюшмаси ва Туристтик агентликлар уюшмаларининг Бутунжаҳон Федерацияси раҳбарлигида ишлаб чиқилган меҳмонхона конвенциясидир. Конвенция шартнома тузадиган томонлар мажбуриятларини, унинг амал қилиш соҳаларини, меҳмонхона шартномалари турларини, уларни тузишнинг алоҳида ва умумий қоидаларини, комиссиялар даражаси ва тўловлар тартибини, шунингдек, шартномаларни бекор қилиш шартларини аниқлайди. 1979 йил Меҳмонхона конвенциясига қатор ўзгаришлар киритилди ва у "Халқаро меҳмонхона конвенцияси" номини олади, 1993 йилдан бошлаб меҳмонхоналар ва турагентликлар муносабатлари кодексига айланди ва меҳмонхона шартномаларини тузишда фойдаланилмоқда.

Кодекс меҳмонхона корхоналарига категорияси ва меҳмонхона жойлашуви, шунингдек, кўрсатиладиган хизматлар сифати бўйича аниқ маълумотлар бериш мажбуриятини юклайди. Унда турагент ўз мижозларига комиссия шартномалари бўйича белгиланган нархлардан баланд ҳамда белгиланган ҳуқуқига эга эмаслиги қайд этилади. Бу меҳмонхоналар билан худди шу шартлар асосида ишлайдиган туроператорларга ҳам тегишлидир. Бунда на

турагент, на туроператор ва на меҳмонхона шартномада келишилган нархларни ошкор қилишга ҳақли эмас.

Туристтик бизнес ва меҳмонхона корхоналарининг ўзаро муносабатларини тартибга соладиган ҳужжатлар Халқаро меҳмонхоналар уюшмаси Кенгаши (02.11.81 й.) томонидан маъқулланган Халқаро меҳмонхона қоидалари ва 1989 й. БТТнинг регионал комиссиялари томонидан маъқулланган классификацион стандартлар асосидаги Меҳмонхона классификациялари критерийларининг ҳудудлараро уйғунлашуви ҳужжати ҳисобланади.

Бу ҳужжатлар тавсия характериға эға бўлсада ва мажбурий ҳисобланмасада, улар таркибида туризмда меҳмонхона бизнеси ва агентлик-операторлик бизнеси орасидаги ўзаро муносабатларининг халқаро амалиётига мустаҳкам кириб олган кўплаб низомлар мавжудир.

Ўзбекистон ҳудудида турлар ташкил қилишда ва маҳаллий меҳмонхона корхоналари билан ўзаро муносабатларда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 22.11.97 й. 389-сонли Қарори билан тасдиқланган Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона хизматларини кўрсатиш Қоидаларидан ҳам фойдаланиш лозим.

Меҳмонхона хизматларини кўрсатувчи корхоналар билан ўзаро муносабатлар асосан қуйидаги битимлар билан аниқланади:

- **30-80% бандликни таъминлаш кафолати билан жойлар квотаси ҳақида шартнома.** Бундай шартнома бўйича туристик фирма меҳмонхонадан шартномада келишилган давр мобайнида туристлар билан тўлдириши лозим бўлган белгиланган миқдорда жойларни олади. Бунда у ажратилган жойлар квотасининг 30-80% миқдорида тўлов амалға оширишни кафолатлайди, ҳатто, бу жойлардан фойдаланилмаса ҳам. Фирма квотанинг қолган қисмини белгиланган муддатларда бекор қилиш ҳуқуқиға эға. Фирма бу шартнома бўйича меҳмонхона жойларига одатдаги тарифларға нисбатан паст нархлами олади.

- **Бандликни таъминлаш кафолатисиз жойлар квотаси ҳақида шартнома.** Бу шартнома бўйича фирма унга ажратилган жойлар квотасини тўлдиришға ҳеч қандай кафолат бермайди. Фирма меҳмонхона билан одатдаги тарифлар бўйича ҳисоб-китоб қилади.

- **Тўлиқ тўловларни амалға ошириш билан жойларни қатъий сотиб олиш ҳақида шартнома.** Бундай шартнома бўйича фирма меҳмонхонаға ажратилган жойлар квотаси бўйича, уларнинг тўлиш-тўлмаслигидан қатъий назар, тўловлар тўлиқ амалға оширилишини кафолатлайди. Бундай шароитларда фирма меҳмонхонаға жойлаштириш нархларини одатдаги нархларға нисбатан тушириш учун савдолашади.

- **Жорий брон қилиш ҳақида шартнома.** Бу туристик фирмалар учун нисбатан одатий шартнома ҳисобланади, айниқса, индивидуал туризм билан шуғулланадиганлар учун. Шартнома бўйича фирма меҳмонхонадан ҳеч қандай жойлар квотасини олмайди. Мижозлар мурожаат қилганларида у меҳмонхонаға брон қилиш учун талабнома юборади ва ундан тасдиқланганлиги тўғрисида маълумот олганидан кейингина меҳмонхона хизматларини сотишни амалға оширади. Бундай шартномаларда одатдаги меҳмонхона тарифлари амал қилади.

Исталган вариантда ҳам қуйидаги шартларни кўзда тутиш (келишиб олиш) керак:

- номерлар нархи ва брон қилиш;
- номерлар турлари ва уларнинг зарур миқдори;
- хизмат кўрсатиш (мавсум) давомийлиги;
- бўш даврлар;
- туристларнинг кетиш графиклари;
- бир марта хизмат кўрсатиш давомийлиги ва муддатлари;
- кўрсатиладиган хизматлар тўплами;
- овқатлантиришни ташкил қилиш шакли ва миқдорини меҳмонхона ресторанида овқатлантириш вариантлари;
- туристларга овқатлантириш хизматини кўрсатиш вақти;
- дам олишда махсус қулайликлар (масалан, ногиронлар, фахрийлар учун ваҳ.к.);
- персоналлар гапириши керак бўлган тиллар;
- туристлар келишини тасдиқлаш муддатлари (брон қилиш);
- жарима санкцияларини эълон қилмасдан келишларни бекор қилиш муддатлари;
- бекор қилиш ўлчами ва муддатлари бўйича жарима санкциялари;
- кўп миқдордаги келишлар ва доимий бандлик учун чегирмалар;
- миқдор жиҳатдан кам келиш, келишларнинг узилиши, меҳмонларни жойлаштиришдан бош тортиш учун моддий жавобгарликлар;
- бошқа специфик масалалар (масалан, меҳмонхонада сауна, билирдан фойдаланиш номер нархига кирадими ёки йўқ, бассейннинг иш вақти ва бошқалар).

Бундан ташқари, хизматлар етказиб берувчи ҳамкор бераётган кафолатларга ҳам эътибор бериш лозим. Хизматлар етказиб берувчилар билан муносабатларда (шартномада) нархларнинг тескари ошиши имконсизлиги ҳақидаги шартни (нархларни фақат сотилмаган хизматларгагина ошириш мумкин) кўриб чиқиш керак ва бу шартнинг бажарилиши механизми ишлаб чиқиш лозим.

Овқатлантириш корхонаси билан шартнома. Бундай шартномалар алоҳида овқатлантириш корхоналари билан тўзилади, агар овқатлантириш туристларни жойлаштириш воситаларидан ташқарида амалга оширилса ва меҳмонхона корхоналари билан шартномаларга киритилмаган бўлса. Бу йўналишли, тематик турларда бўлиши мумкин.

Бундай шартномаларда қуйидагилар акс эттирилиши лозим:

- бир вақтнинг ўзида хизмат кўрсатиладиган туристлар сони;
- буюртмаларнинг ўлчами ва мунтазамлиги;
- овқатлантириш кўриниши (швед столи, хизмат кўрсатиш ва);
- таомномаларнинг тахминий вариантлари;
- турли овқатлантириш рационларига тахминий нархлар;
- кўп сонли мижозлар ёки мижозлар билан доимий таъминланганлик учун чегирмалар;
- овқатлантириш учун буюртмалар бериш муддатлари;

- жарима санкцияларисиз буюртмаларни бекор қилишнинг охириги муддатлари;
- у ёки бу томон айби билан овқатлантиришдаги узилишлар учун муддатлари белгиланган моддий жавобгарлик.

16.3.Автотранспорт корхоналари ва авиакомпания билан шартномалар.

Туристларни автотранспорт ёрдамида ташишни ташкил қилишнинг ўзаро Халқаро муносабатлари 1982 йил 26 майда Дублинда қабул қилинган автобусларда йўловчиларни номунтазам Халқаро ташувлари тўғрисидаги Европа битими билан тартибга солинади. Ушбу Битимга мувофиқ номунтазам Халқаро йўловчилар ташишни ташкил қилишда Шарқий ва Ғарбий Европа мамлакатларида автобус бортида бўлиши лозим бўлган махсус назорат ҳужжатидан (йўл варақалари) фойдаланилади.

Автотранспорт корхоналари билан ўзаро шартнома муносабатлари Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодекси ("Ташувлар" боби); тегишли идоралар буйруқлари билан тасдиқланган автобусларда йўловчиларни ташиш хавфсизлигини таъминлаш ҳақидаги Низом ва автомобил транспорти низоми билан тартибга солинадиган транспорт воситаларини экипажи (хайдовчиси) билан ижарага олиш шартномаси асосида ўрнатилади.

Транспорт воситаларини экипажи билан ижарага олиш шартномаси бўйича ижарага берувчи ижарага олувчига (турфирмага) транспорт воситасини вақтинчалик фойдаланишга, ҳақ тўлаш асосида беради ва авторанспорт воситасини бошқариш ва ундан техник фойдаланиш бўйича хизмат кўрсатади.

Автобус ҳайдовчилари томонларнинг шартномада келтирилган тартиб ва қоидаларига ҳамда одатдаги амалиёт талабларига жавоб беришлари лозим. Чунки улар ижарага берувчи томон ходимлари ҳисобланадилар ва авторанспорт компаниясининг автотранспорт воситасини бошқариш ҳамда ундан техник фойдаланиш билан боғлиқ кўрсатмаларига, шунингдек, турфирманинг автобусдан тижорат мақсадида фойдаланишига тегишли кўрсатмаларига бўйсундилар. Агар транспорт воситаларини экипажи билан ижарага олиш шартномасида бошқача назарда тутилмаган бўлса, суғурта қилиш қонун ёки шартнома кучга кириши учун зарур деб топилган ҳолларда транспорт воситасини суғурта қилиш мажбурияти ва уларга ёки учинчи шахсларга автобусдан фойдаланиш билан боғлиқ етказилган зарар масъулияти ижарага берувчи зиммасига юклатилади.

Агар автобуснинг экипажи билан ижарага олиш шартномасида бошқача назарда тутилмаган бўлса, турфирма автобусдан фойдаланиш билан боғлиқ, фойдаланиш жараёнида зарур бўладиган ёқилғи ва бошқа материаллар учун харажатларни, йиғимлар (тўхташ жойи, йўл учун) бўйича харажатларни ўз зиммасига олади. Бундан ташқари автотранспорт корхонаси билан шартномада куйидагиларни келишиб олиш зарур: туристларга хизмат кўрсатиш учун ажратиладиган автотранспорт воситаларининг маркасини; нархлар ва тарифларни; автотранспорт графиги ва ишлаш муддатларини; автотранспортдан фойдаланиладиган йўналишлари; автотранспорт ажратиш учун талабнома бериш муддатларини; жарима санкцияларисиз талабномаларни

бекор қилиш муддатлари; туристларга хизмат кўрсатиш учун автотранспорт берилишидаги узилишлар учун АТК жавобгарлиги; автотранспортдан фойдаланишдаги узилишлар учун туристик фирма жавобгарлиги; туристлар кеч қолганда автотранспортнинг максимал кутиш муддатлари; автотранспорт кеч қолганда (берилмаганда) туристларнинг максимал кутиш муддатлари; хизмат кўрсатишда автотранспорт воситасидан фойдаланишда экскурсоводлар, гидлар, туристларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари; чегирмалар ва имтиёзлар (имкони мавжуд вариантлари).

Халқаро вамамлакатимиз туризмида автобус турларида туристлар хавфсизлигини ва хизмат кўрсатиш стандартларини таъминлаш бўйича чоратадбирлар кўрилмоқда. Кўп давлатларда туристлар ва экскурсантларни автобусларда ташишни лицензиялаш амалиётга киритилган.

Европа транспорт комиссияси қарори билан ҳайдовчи жойи билан биргаликда 9 ва ундан ортиқ жойга эга бўлган барча автобусларни махсус назорат прибори - тахограф билан таъминлаш талаби киритилган. Бу, самолётдаги "қорақути" аналог, қурилма йўналишда ҳайдовчи ва автобус ҳаракатини назорат қилади ва барча маълумотларни тахограммаларга ёзиб боради. Туристлик автобусда тахограф мавжудлиги билан ҳам автотранспорт корхонаси билан тузиладиган шартномага киритилади. Европа йўналишларини ташкил қилишда мазкур банд, шунингдек, йўл варақалари мавжудлиги ҳам шартномада келишилиб олинishi лозим.

Авиакомпаниялар билан шартномалар. Барча авиаташувлар қоидалари мамлакатимизда халқаро битимлар билан тартибга солинади ва улардан бири "Халқаро ҳаво ташувларига тегишли баъзи қоидаларни унификациялаш тўғрисидаги" 1929 й. Варшава конвенцияси бўлиб, 1959 й. ўзгартиришлар киритилган ҳолда қабул қилинган (Гамбург қоидалари). Авиаташувчилар билан ўзаро шартнома муносабатлари Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодекси ("Ташувлар" боби) асосида амалга оширилади.

Авиакомпаниялар билан шартномалар уч кўринишда бўлиши мумкин: а) мунтазам авиарейслардаги жойлар квотаси бўйича шартномалар; б) агентлик битимлари; в) чартер (самолётни ижарага олиш).

Жойлар квотаси қаттиқ ёки юмшоқ бўлиши мумкин. Бу ҳам шартнома шартларига, ҳам махсус имтиёз ва чегирмаларга таъсир қилади. Жойларнинг қаттиқ квотасида жойлар сотилмаслиги учун барча жавобгарлик, жойлар сотилмаслигининг сабабларидан қатъий назар, туристик фирма зиммасига тушади. Молиявий йўқотишлар турфирма ҳисобига бўлади. Жойларнинг юмшоқ квотасида турфирма учун, туристик йўлланмалар сотилмаганлиги сабабли, жойлар квотасини ёки унинг бир қисмини бекор қилиш мумкин бўлган муддатлар белгиланади. Бу муддатлар қолган жойларни авиакомпаниянинг ўзи ёки унинг бошқа агентлари орқали сотишни кўзда тутаяди. Мунтазам авиарейслардаги жойлар квотаси бўйича авиакомпаниялар билан шартномалар қуйидагиларни ўз ичига олади:

- бориладиган жой белгиланган, турларнинг "бориш" ва "келиш" йўналишларида амал қилиш графиги;
- ҳар бир гуруҳдаги туристлар сони (жойлар квотаси);
- талабномалар бериш ва авиачипталар сотиб олиш муддатлари;

- чипталарга буюртмаларни жарима ушлаб қолинмайдиган ҳолда бекор қилиш (юмшоқ блок);
- сотиб олинадиган чипталарга тарифлар турлари, имтиёзли тарифлар бериш шартлари;
- жойлар квотасига чегирмалар ва имтиёзлар;
- сотиб олинган, аммо ишлатилмаган чипталарни қайтариш муддатлари ва тартиби, қайтариш муддатларидан келиб чиқадиган моддий жавобгарлик (юмшоқ блок).

16.4. Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

Махсулаштирилган туристик поездларни ижарага олиш шартномаси. Шундай қотиб қолган мулоҳаза мавжуд, ҳар бир темир йўл сафари, айниқса, узоқ давом этадигани, зерикарли ва нохушдир. Аммо кўпгина хорижий мамлакатлар амалиёти поездларда сафарлар бир пунктдан бошқасига мажбур қилинмаган ҳолда кўчиш ва қизиқарли саёҳат бўлиши мумкинлигини кўрсатмоқда. Бу ҳақиқатни махсулаштирилган темир йўл турларини таклиф этадиган хорижий турфирма ва операторлар аллақачон тушуниб етишган. Уларни олиб бориш типологиясини ғарб мутахассислари мукамаллаштирилган даражага олиб бордилар.

Стандарт темир йўл турларини шарт равишда уч мустақил категорияларга ажратиш мумкин: бир кунлик, унча узоқ давом этмайдиган (2-3 сутка), кўп кунлик (5 кун ва ундан ортиқ).

Махсус туристик-экскурсион поездни ижарага олиш шартномасига қуйидагилар киради:

- барча тўхташ пунктлари кўрсатилган сафар йўналиши;
- вагонлар ва вагон-ресторанларнинг ижара қиймати;
- йўналишдаги ҳар бир пунктдаги тўхташ давомийлиги ва саналари;
- кўрсатилган саёҳат муддатлари;
- вагонлар ва улардаги жойлар миқдори, вагонлар ижараси қиймати;
- вагон-ресторанлар сони;
- киши бошига чойшаблар алмаштирилиши миқдори;
- йўналиш масофаси (километраж) ва йўл ҳақи қиймати;
- саёҳатни бекор қилиш муддатлари (йўлга чиқилишидан камида 20 сутка авал);
- поездда кўрсатиладиган хизматлар (чай, чай маҳсулотлари, купега нонушта олиб келиш ва ҳоказо).

Экскурсион фирма билан шартнома. Агар ўзига тегишли экскурсион бўлим мавжуд бўлмаса, экскурсион фирма билан шартномалар қуйидаги пунктларни ўзичига олади:

- экскурсия номи ва давомийлиги, уларда ҳаракатланиш усуллари (автобус, пиёда, теплоход ва бошқалар);
- экскурсияларни ўтказиш учун талабномалар бериш муддатлари;
- талабномаларни бекор қилиш муддатлари;

- экскурсиялар нархлари;
- ҳар бир экскурсияда гуруҳлардаги экскурсантлар сони;
- экскурсия узилишлари учун моддий жавобгарлик (экскурсион фирма ёки туроператор айби билан).

Музей билан шартнома:

- экскурсиялар ва улар тематикаси;
- гуруҳдаги экскурсантлар сони;
- экскурсия нархлари (гуруҳли ва индивидуал-ажратилган, ёш бўйича ва ҳоказо);
- музейга гуруҳли ташриф буюриш учун чегирмалар;
- экскурсияларни ўтказиш учун талабномалар бериш муддатлари;
- талабномаларни бекор қилиш муддатлари;
- томонлардан бирининг айби билан музей экскурсиясидаги узилишлар учун моддий жавобгарлик кабиларни ўз ичига олади.

Турпакетга қўшилмаган қўшимча хизматларни ҳам унутмаслик лозим. Улар туристларга жойида алоҳида ҳақ тўлаш эвазига кўрсатилади. Булар, одатда, ўзига хос экскурсиялар, шоу, денгиз, тоғ ёки дарё сайрлари, аквапарк, миллий парклар ва қўриқхоналарга ташриф буюриш, тоғлар ва кумликлар бўйлаб сафар, ов, балиқ ови ва бошқалардир. Бу хизматлар билан туристларни таъминлаш ва гуруҳли ташриф буюришда чипталарни сотиб олиш ҳисобига имтиёзли нархларга эга бўлиш мақсадида бу хизматларни кўрсатувчи корхоналар билан алоҳида шартномалар тузилади.

Рецептив туроператорлар, кўп ҳолларда, ўз мамлакатида қабул қилиш билан шуғулланишади ва ўз мамлакатидаги хизматлар етказиб берувчилар билан шартномалар тузади. Инициатив туроператорлар бўлса, эслатиб ўтганимиздек, хорижий ва ҳудудий хизматлар етказиб берувчи корхоналар билан тўғридан-тўғри эмас, балки маҳаллий Рецепттив туроператорлар воситачилигида ишлайдилар. Аммо бу уларнинг воситачиларсиз хизматлар етказиб берувчиларга чиқа олишмайди дегани эмас. Бундай ҳодисалар туризм бозорида йирик, кўпинча, трансмиллий компаниялар орасида учраб туради. Инициатив ва Рецепттив туроператорларнинг хизматлар етказиб берувчилар билан шартнома фаолиятлари деярли бир-биридан фарқ қилмайди, лекин қатор хорижий мамлакатларда ўз хусусиятлари мавжуддир.

Кўпчилик туристик фирма ва корхоналар халқаро бозорга мустақил равишда чиқишади. Муҳими аввал бошдан бошлаб хорижий ҳамкорлар билан тузиладиган шартномаларнинг ўзаро манфаатлилиги ва қонунийлигига эътибор бериш лозимдир. Бундай шартномалар тузишда ташқи иқтисодий битимларни тартибга соладиган меъёрий ҳужжатларни ҳисобга олиш лозим, чунки бу зарур ҳолларда ўз ҳуқуқларини ҳимоя қила олиши лозим, бундан ташқари ҳозирда жаҳон амалиётининг амал қилиши иккала томонга ҳам қулай шартнома шартларига эришишга имкон берадиган умумий қабул қилинган шартнома муносабатларини ишлаб чиққан.

Шартномада, икки хил талқин қилинишларнинг олдини олиш мақсадида ёзишмалар олиб бориладиган, эътироз-даъво ҳужжатлари ва суд жараёнларини юритиш тилини ҳам келишиб олиш лозим. Мамлакатимиз ва хорижий туристик

фирмалар билан шартномалар икки нусхада тузилади ва имзоланади. Агар шартнома хорижий ҳамкорлар билан тузилса, икки тилда тузилади.

Томонларнинг ташқи савдо битими бўйича ҳуқуқ ва мажбуриятлари битим амалга ошириладиган жой қонунлари асосида аниқланади.

Амалий топшириқ:

1. Сизнинг туристик фирмангиз янги " Шарқ колорити" хобби-турини 6 кунга мослаб ишлаб чиқмоқда. Турнинг амал қилиш муддати - йил давомида.

Сизнинг вазифангиз - мазкур тур бўйича фирманинг шартнома режасини куйидаги схема асосида тузиш:

т/р	Ҳамкор номи	Шартнома - нинг асосий претмети	Шартнома - нинг амал қилиш муддати	Шартнома тузиш муддатлари	Алоҳида маълумотлар

2. Аввалги амалий топшириқларни бажаришда сиз ишлаб чиққан хизматлар етказиб берувчилардан бирини олинг ва у билан музокаралар ўтказиш режасини тузинг. Музокаралар ҳолатини, эҳтимоли мавжуд ечимлар реализацияси, сизнинг иш ҳамкорингиз "портрети"ни шу бўлимда келтирилган тавсияларга асосланиб таҳлил қилинг.

Таянч сўз ва иборалар: шартнома режаси, ҳамкорлик, шартномалар тузиш, туроператорлар ўртасидаги шартномалар, меҳмонхона хўжалиги билан шартнома, овқатлантириш ташкилоти билан шартнома, автотранспорт ташкилоти билан шартнома, авиаккомпания билан шартнома, экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Хизматлар етказиб берувчилар билан шартномалар нима учун керак?
2. Туризмда шартнома муносабатлари қандай миллий даражадаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?
3. Туризмда ўзаро шартнома муносабатлари қандай халқаро даражадаги ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?
4. Туроператорларнинг меҳмонхона корхоналари билан ўзаро муносабатлари қандай миллий ва халқаро даражадаги ҳужжатлар билан тартибга солинади?
5. Автотранспорт корхоналари билан автобус ижарага олиш бўйича ўзаро муносабатлар қайси ҳужжатлар билан тартибга солинади?
6. Авиаккомпаниялар билан ўзаро шартнома муносабатлари ватуристлар авиаташувлари қандай халқаро ва меъёрий ҳужжатлар билан тартибга солинади?
7. Туристларни темир йўл орқали ташиш Ўзбекистонда ва халқаро даражада нима билан тартибга солинади?

XVII. Мавзу. Туроператор катологи ва турли кўргазмаларга қатнашиш

Режа:

- 17.1. Католог турлари ва вазифалари.
- 17.2. Расмли маълумотларни танлаш.
- 17.3. Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.
- 17.4. Туристтик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

17.1. Католог турлари ва вазифалари.

Туроператорлик бизнеси билан шуғулланадиган исталган туристик фирма варақалар, буклетлар, брошюралар, каталоглар каби реклама-маълумот нашрларини тайёрлаши зарур. Бу нашр турларининг барчаси реклама ҳисобланади ва турни сотиш (харакатлантириш) имкониятлари ҳақида тасаввур ҳосил қилади.

Брошюралар ва буклетлар маълумот беришнинг нисбатан ишончли воситалари ҳисобланади. Буклетлар ва каталоглар ҳозирча агентлар ва мижозлар билан ишлаш учун қулай ҳисобланади. Буклетлар ва каталоглар туроператорлар билан ҳамкорлик қилаётган агентликларга юборилади. Бунда улар ўз вақтида ва етарли миқдорда етказилишини кузатиб бориш лозим. Нашр маҳсулотлари шунингдек, туризм бўйича ҳудудий ёки миллий бюролар орқали ҳам тарқатилади.

Йирик туроператорлар ҳар йили турлар ёки хизматларни танлашда ҳам турагентлар, ҳам мижозлар фойдаланадиган реклама-маълумот каталогларини ишлаб чиқадилар ва нашр қиладилар. Турларни танлашда улгуржи туроператорларга мурожаат қилганда улгуржи чегирмалар олиш мумкин деб ҳисоблайдиган туристларнинг адашмасликлари учун, агентликларга мўлжалланган каталоглар туристлар билан ишлашга мўлжалланган рангли асосий каталогларга қўшимча сифатида чиқарилади. Шунинг учун, мазмунига кўра каталоглар *умумий* (туристлар ва агентликлар учун) ва *махсус* (фақат турагентликларга) бўлади. Уларни бош ва хизмат каталоглари деб аташ қабул қилинган.

Бош каталоглар, асосан туристларга мўлжалланган бўлиб, одатда, катта миқдорда фото суратлари ва реклама маълумотлари билан таъминланган катта ҳажмли ва рангли нашр ҳисобланади.

Хизмат каталоглари асосан турагентликларнинг амалиётда фойдаланишлари учун мўлжалланган. Уларда, қоида бўйича, реклама маълумотлари, рангли суратлар ва бошқалар бўлмайди. Бу кўпроқ турлар графиклари, жадвали, прејскурантлар, улгуржи чегирмалар, турагентларга комиссиялар ва соф хизмат маълумотлари бўлади. Каталог матнига жиддий эътибор бериш керак Аввало, у тўғри тузилган бўлиши лозим. Баъзи нашрларда учрайдиган хатолар уларнинг қадрини ва уларга ишончли сезиларли даражада туширади, муковадаги хатолар эса бутун тиражнинг муомаладан чиқарилишига ва жиддий зарарларга олиб келиши мумкин. Матн материалларни тайёрлашда уларни йирик блокларда бериш мақсадга мувофиқ эмас. Одам (агар унинг қўлида реклама нашри бўлса) ўз хотирасига катта ҳажмдаги

маълумотларни "жойлашган" онгли равишда қаршилиқ кўрсатади. Матнни қисмларга ажратиш ва уларни қизиқтирадиган номалар билан таъминлаш зарур, яъни, бу ерда курортлар тасвирланиши, мамлакатшунослик ва бошқа маълумотлар назарда тутилади. Агар гап маҳаллий валюта, чойчақалар микдори, электр тармоғи кучланиши кабилар ҳақида бўлса, бу ерда "интрига" ўринли эмас, асосийси маълумотни қабул қилиш учун ишончлилиқ ва оддийлиқдир.

17.2.Расмли маълумотларни танлаш.

Туристик каталогни дарров таниб олишлари керак, шунинг учун сарлавҳани шундай жойлаштириш керакки, у дарҳол кўзга ташлансин. Уни нафақат муқованинг биринчи томонида, балки тўртинчи томонида ҳам жойлаштириш даркор. У ҳам фирма номини, ҳам шу фирма жойлашган давлат номини ўз ичига олиши керак. Сарлавҳа, шунингдек, туроператор ўзининг асосий фаолиятини амалга оширадиган ҳудуд номини ҳам билдириши мумкин.

21x10,5 см қилиб букланган (кичик китобча) буклет кўринишида 21x21 см ўлчамли нашр чиқарилса, ном букилишларда жойлашиб қолмаслиги керак.

Миллий ва хорижий бозорлар учун алоҳида нашрлар чиқариш мақсадга мувофиқдир. Бунда суратлар ўзгартирилмасдан фақат матн турлича бўлиши мумкин. Таржима етук мутахассис томонидан амалга оширилиши лозим.

Нашрнинг турли давлатлардаги ўқувчиларга мослаштирилишда таржимага ижодий ёндашиш керак. Каталог тарқатилиши режалаштирилаётган мамлакат қанчалиқ яқин бўлса, каталогда шунча кўп батафсил ёритилган маълумот бўлиши керак. Агарда мамлакат истеъмолчилардан узоқда жойлашган бўлса, маълумотларда шаҳарлар ва ёдгорликлар хусусиятларининг батафсил ёритилиши талаб этилмайди, аммо иқлими, умумий туристик объекти, бу жойга қандай бориш мумкинлиги тўғрисидаги маълумотларга кўпроқ жой ажратиш мақсадга мувофиқ.

Турли давлатлар туристларига хос қизиқишларнинг миллий хусусиятларини ҳамма вақт ҳисобга олиш керак. Масалан, оилавий дам олишни ташкил қилиш бўйича мутахассис Э. Лоу шундай ёзади: британияликлар, албатта, бориладиган жойлардаги нархлар ва ҳаво ҳароратини билишни истайдилар, французлар - қаердан ва қандай овқатланиш мумкинлиги билан, италияликлар менюда нима борлиги билан, америкаликлар эса бино ёки иншоотнинг қурилиши неча пулга тушганлиги билан қизиқадилар.

Миллий маданиятимизга тегишли ва мамлакат ичида реклама сифатида фойдаланилаётган далилларимиз хорижда фойдаланиш учун ҳеч қандай қийматга эга бўлмаслиги мумкин. Таржимада кўп мазмунини йўқотадиган бадий иқтибослар ҳақида ҳам худди шу фикрни билдирса бўлади. Баъзи ҳолларда мижозларни жалб қилиши лозим бўлган маълумотлар, аксинча, уларга тескари таъсир кўрсатиши мумкин.

Нашрнинг ўлчами ва бошқа жиҳатлари, биринчи навбатда, унинг тарқатилиши шартларига қараб аниқланади, чунки почта жўнатмалари усуллари шунга боғлиқ ҳисобланади. Кўргазмага қўйиш учун доимий мосламалардан фойдаланиш стандарт бўйича заруриятини туғдиради. Халқаро

стандарт ўлчами (букилган ҳолда 21x10,5 см) почта оркали жўнатиш учун тўғри келади. Махсус ўлчамли брошюралар учун конвертларни тайёрлаш қиммат ҳисобланади. Кўпинча, моҳирона тайёрланган буклетларнинг кўпчилиги агентлик папкаларида қолиб кетади. Нисбатан кўп қўлланиладиган ўлчамлар: 21x10,5 см, 21x21 см ва А4 (21x27,9 см).

Каталогларнинг асосий таркиби - бу нархлар келтирилган жадваллардир. Бу жадвалларни тайёрлаш учун ягона талаблар ва стандартлар мавжуд эмас. Бироқ икки нисбатан типик вариантларга ажратиш мумкин.

Биринчиси - анъанавий вариант турпакетнинг охириги нархи кўрсатилган жадвалларни ўз ичига олади (бир ёки бир неча кишига).

Бундай жадваллар билан ишлашда ўзига хос камчиликлар мавжуд. Масалан, миждозлар билан ишлай бошлашдан олдин менежер ҳисоб-китоб усулини эгаллаши, ҳар доим кўли остида калкулятор бўлиши ва ким давомида кўпгина ҳисоб-китобларни қилишга тайёр бўлиши зарур. Ҳар сафар тур қийматини ҳисоблаш зарурияти кўп вақт талаб қилади. Нархни туширишнинг ҳар иккала усули тенг даражада амал қилиш ҳуқуқига эгадир, Асосийси, маълумот тўлиқ, тушунарли ва ишончли бўлиши лозим.

Каталогга қўйиладиган асосий талаблар:

- ахборот учун белгиланганлик даражаси;
- фойдаланиш қулайлиги;
- маълумотларнинг ишончилиги;
- туроператорнинг турагентлар билан ҳамкорлиги кўриниши бўйича аниқ шартлар.

Ахборот учун белгиланганлик даражаси. Ахборот учун белгиланганлик даражасининг юқорилиги деганда:

- кўрсатилган нарх таркибига киритилган барча хизматларни келтириб ўтиш;
- яшаш ва овқатланишнинг турли вариантларини тўлиқ тасавур этиш;
- болаларга чегирмалар миқдори ҳақида тўлиқ маълумотлар тушунилади.

Мамлакатлар бўйича каталогларнинг бошланғич бобларида қуйидагилар кўрсатилади:

- мамлакат номи ва унинг жойлашуви;
- давлат қурилиши, пойтахти, аҳолиси, мамлакатда қўлланиладиган тиллар;
- урф-одатлари ва анъаналар;
- географик маълумотлар ва диққатга сазовор жойлар;
- дини ва туризмни ташкил қилишнинг алоҳида талаблари;
- муомала одоблари (масалан, хизмат кўрсатувчи персонал учун чойчақалар);
- электр тармоғи кучланиши ва электроприборларни ишлатиш учун розеткалар типлари;
- халқаро алоқа коммуникациялари;
- транспорт;
- туристлар учун паспорт ва виза режими;

- пул тизими, солиққа тортиш ва Тах Грее режими;
- божхона режими;
- умум миллий байрамлари, дам олиш кунлари;
- банклар ва магазинларнинг умумий иш режими;
- туристлар соғлиқларига алоҳида талаблар (вакцинациялар зарурлиги);
- тавсия қилинадиган кийимлари ва бошқалар.

Турагентликнинг шу йўналиш бўйича сафарга чиқаётган турист билан ишлаши учун маълумотлар тўплами етарли даражада бўлиши лозим.

Фойдаланиш қулайлиги деганда:

- тур қийматинининг тезкор ва мураккаб бўлмаган ҳисоб-китоби;
- жадваллар билан бирга турпакет қийматини ҳисоблаш бўйича тўлиқ ва тушунарли инструкцияларнинг мавжудлиги;
- фойдали маълумот (авиаучишлар жадвали, трансфер қиймати, автомобил ижараси нархлари кабилар);
- курортлар бўйича меҳмонхоналар рўйхати, мавжуд меҳмонхоналар ҳақида қайдлар қилинган қирғоқ ва алоҳида курортлар карталари бетлари кўрсатилган мундарижанинг мавжудлиги тушунилади.

У ёки бу мамлакатга бағишланган бетларни алоҳида ранг, жадвалларни, нарх категориялари ёки хизматлар тўпламини алоҳида шрифт ва ранг билан ажратиш тавсия этилади. Барча йўналишлар бўйича прайс-листлар ягона тарзда безатилиши (тайёрланиши) лозим. Маълумот ишончилиги:

- нарх жадваллари амал қилиш даврини кўрсатиш (нарх жадвали структурасини ўйлаб олиш зарур: сўзбошилар мавжудлиги, устунларни вариантларнинг мураккаблашуви тартибида жойлаштириш, меҳмонхоналарни категорияси ва алфавит бўйича тартибга келтириш);
- асос турпакет қийматига нисбатан тўлиқ хизматлар тўпламини (суғурта, авиаучиш, трансфер, яшаш, овқатланиш, турагентликларга комиссиялар ва ҳоказо) кўшиш ва улар рўйхатини келтириш;
- турли вариантлар қийматларини кўрсатиш;
- турнинг пировард нархига таъсир қиладиган меҳмонхоналар ва номерлар хусусиятларини кўрсатиш (меҳмонхоналар суратлари ва уларнинг қисқача баёни);
- материалларнинг доимий янгиланиши ва каталогларнинг қайта нашр қилиниши билан эришилади.

17.3. Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.

Ҳамкорликнинг барча шартлари агент билан тузиладиган услубий шартнома шаклида пкс этирилиши керак. Агар турагентларга комиссиялар тўланса, унда бу комиссиялар миқдори, шунингдек, унинг мумкин бўлган ўсиб бориш характери (ёки сотишлар ҳажми учун комиссиялар миқдорига) далиллар бўлиши лозим.

Каталогларнинг охириги бетларида шартнома хужжатлари умумий комплексининг муҳим элементи ҳисобланган «Туристлар ва туристик

агентларга турларни сотишнинг умумий шартлари» чоп этилади. Қоидалар аниқ бўлиши ва ушбу туроператор томонидан туристик бозорга таклиф этиладиган барча турар учун умумий шартларни ўзида мужассам қилиши, шунингдек, ҳамкор ижрочилар талабларини ҳам ҳисобга олиши лозим.

Агар умумий қоидалар асосида етарли тиражда нашр қилинган каталог мазкур туроператор маҳсулотлари сотилаётган туристик агентликларда бепул тарқатилса, бу қоидаларни бажариш мумкин деб ҳисобланади. Табиий, турагентлик миқозга ушбу қоидалар билан танишишни таклиф қилиши шарт.

Тур шартларининг муҳим элементи умумий қоидалар бўлиб, уларга аҳамият бермаслик мумкин эмас. Халқаро тажрибада шундай ҳодисалар бўлганки, унда судлар асосий матн шрифтига нисбатан майда шрифтда ёзилган шартлар ва қоидаларни аҳамиятсиз санаб, уларни оралиқ шартлари деб баҳолашган. Қонунда каталогдаги қоида ва шартларнинг асосий матнга нисбатан кичик шрифтда ёзилиши истеъморчининг унга эътиборсизлигига олиб келади, натижада, талаблар моҳияти яхши англабмайди. Агар шундай ҳолат юз берса, шартларни бузган истеъморчи жавобгарлиги чоралари сезиларли даражада енгиллаштирилади ёки унинг фойдасига қарор қабул қилинади.

Баъзи нашрларнинг жиддий камчиликларидан бири турни ташкил этувчи хизматларнинг санаб ўтилмаслиги (масалан, пансион тури кўрсатилмайди, тур қийматига виза ва суғурта кириш-кирмаслигининг аниқ эмаслиги), шунингдек, тур қиймати таркибида у ёки бу хизматларнинг йўқлиги ҳисобланади. Кейинги масала - айнан нима тўр қийматига қўшилмаганлиги ҳақида эслатма бўлиши лозим. Масалан, баъзида авиабилетлар нархи ҳисобга олинмайди, бу эса турнинг охириги нархига аҳамиятли таъсир кўрсатади. Агар асос нархга имкони бориша кўп қўшимча хизматлар қўшилган бўлса, бу кейинги ҳисоб-китобларни осонлаштиради, аммо ҳар бир кўрсатилган нархлар алоҳида белгиланган бўлиши лозим.

Бошқа типик хатолар жойлаштириш вариантларида ва болаларга бериладиган чегирмаларнинг батафсил бўлмаган баёни, тушуниш қийин бўлган кўп рақамли мураккаб жадваллар билан боғлиқдир.

Туризм индустрия ходимлари кўпинча: «Турфирма каталоги реклама ҳисобланадими?» - деган саволни беришади.

"Реклама тўғрисидаги" Қонунга мувофиқ каталог - реклама нашри бўлиб, турли мақсадлар ва маълумотлар билан ҳуқуқлар ва жисмоний шахсга қилинган мурожаатдир. Каталогда «Истеъморчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ҳақидаги» Қонунга зид келмайдиган тўлиқ ва ишончли маълумот бўлиши керак. Баъзи каталогларда туристлар тўлдирадиган "брон қилиш листи" бўлади ва бу ерда муҳим ҳуқуқий оқибатлар юзага келади. Агар турист турларни етказишнинг аниқ ва умумий қоидаларига таяниладиган тур талабномасига имзо чекса, бу ушбу қоидалар билан танишганини, уларни бажариш мажбуриятини олади ва Ўзбекистон Республикасининг амалдаги қонунчилигига мувофиқ бу қоидаларга сўзсиз қўшилишини билдиради. Туроператор турист олдида, хизматларни ким кўрсатишидан қатъий назар тўлиқ маъсулиятни ўз зиммасига олади.

Каталогларни тарқатиш ёки ҳамкорнинг сўрови бўйича ёки картотекага асосан, ёхуд ярмаркалар, кўрғазмалар ва бошқа оммавий тадбирларда амалга оширилади.

Агар ҳужжат тўлиқ ҳажмда жўнатилмаса олдиндан агентликка намуна сифатида позицияларни келишиб олиш ва кейинги партиялар буюртмаларини рағбатлантириш учун таклиф қилингани маъқулдир.

Каталогларни тарқатиш, кўп ҳолларда, бепул амалга оширилади, аммо талаб ва ҳаражатларнинг ошиши баъзи туроператорлар почта ҳаражатларининг бир қисмини турагент-олувчилар зиммасига юклашига олиб келади. Кўпгина мамлакатларда божхонадан ўтган туристик нашрлар кўпгина мамлакатларда ратификация қилинган икки халқаро конвенция асосида берилувчи имтиёзларга эга бўладилар. Улар туристик ҳужжатларни, маълум қоидаларга риоя қилган ҳолда, божлардан озод қилади. Бу транзит расмиятчиликлар билан боғлиқ божхона ҳаражатларини камайтиради, аммо тўлалигича бартараф этмайди. Контейнерларда жўнатиш ҳам ҳаражатларни сезилари даражада қисқартириш имконини беради.

17.4. Туристтик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

Сотиш бўйича ҳамкорларни излаш учун мўлжалланган туристик биржа кўрғазма, ярмаркаларда қатнашиш туроператор турмахсулотини ҳаракатлантиришда аҳамиятли ҳисобланади.

Мутахассислар учун мўлжалланган кўрғазмалар нисбатан самаралироқдир. Чунки бу нафақат ўз махсулотини реклама қилиш, балки битимлар тузиш, янги иш алоқаларини ўрнатиш имконини беради.

Ҳозирги пайтда дунёнинг турли мамлакатларида ўнлаб халқаро туристик ярмаркалар, кўрғазмалар, биржалар ўтказилади ва улар доирасида ўз фирмаси ҳамда махсулотини таништириш, шартномалар тузиш, янги ҳамкорлар топиш, ташриф бюрувчилар ва журналистларнинг кенг доираси орқали маълумот тарқатиш, иш тажрибаси алмашишнинг кенг имкониятларини берадиган семинарлар, пресс-конференциялар, презентациялар ва бошқа тадбирлар ташкил қилинади.

Нисбатан йирик тадбирлар қуйидагилар ҳисобланади: Берлиндаги туризм бўйича халқаро биржа (ИТБ) - ҳар йили март ойи бошларида ўтказилади; Лондондаги Бутун жаҳон туристик ярмарка ҳар йили ноябр ойининг иккинчи декадасида ўтказилади; Мадриддаги халқаро туризм кўрғазмаси - ҳар йили январ охирларида ўтказилади [ФИТУР].

Ўзбекистонда охириги йилларда янгидан-янги кўрғазма ва ярмаркалар пайдо бўлмоқда. 1994 йилдан бошлаб Тошкентда ҳар йили октябр охирларида Тошкент Халқаро туристик Ярмаркаси (ТИТФ) ўтказилади. Бу тадбирларнинг фарқли жиҳати туризм индустриясининг профессионал ходимларга йўналтирилганлиги ва кенг матбуот доирасида амалга оширилишидир. Бу каби тадбирлар қатнашчилари миллий туристик ташкилотлар ва уюшмалар, туроператор ва турагентлар, меҳмонхоналар, транспорт, суғурта, автомобил ижараси компаниялари, махсуслашган нашриётлар, илмий ташкилотлар, туризм бўйича ўқув юртлари ҳисобланадилар.

Махсуслашган кўргазмаларда қатнашиш турмахсулотни ҳаракатлантириш кўринишларидан бири ҳисобланади. Кўргазма фаолиятининг асосий мақсади - бир томондан, истеъмолчи ва сотувчи фирмаларга улкан миқдордаги туристик таклифлар орасида йўналиш топа олишига ёрдам бериш, иккинчи томондан, туроператорга сотиш бўйича талабларини сифат ва миқдорий жиҳатдан қондира оладиган бошқа мамлакат ва регионларда ҳамкор топишга ёрдам беришдир.

Шунинг учун бу ердаги рекламалар кўриниши ва таркиби бўйича катта тижорат характериға эға - нарх, брон қилиш шартлари, мавсумийлик, хизмат кўрсатиш класси, кутиладиган хизмадар ҳақида хабар қилади, меҳмонхоналар тасвирини беради ва ҳоказо.

Кўргазмаларда қатнашиш ҳамкорлик алоқаларини кенгайтириш бўйича истиқболли фаолият сифатида кўриб чиқилади. Кўргазмаларда қатнашиш тўлов асосида амалға оширилади. Қатнашчилар ва ташриф буюрувчиларнинг кўпчилиги ҳар йили ўтказиладиган бундай тадбирлар туристик корхоналарнинг муваффақиятли ишлаши учун аҳамиятли эканлигини билдиради.

Кўргазма тадбирлари қуйидаги белгиларига кўра классификация қилинади:

- ўтказилиш мақсадлари бўйича (савдо ва маълумот, танишув);
- ўтказилиш частотаси бўйича (даврий, ҳар йили, мавсумий);
- экспонатлар таклифи характери бўйича (универсал, тармоқли, махсуслашган)
- қатнашчилар таркиби бўйича (худудий, худудлараро, миллий, халқаро).

Савдо кўргазмаси тадбирлари мавсумий ҳисобланиб, биржалар характериға эға (масалан, навбатдаги мавсум бошида ўтказиладиган "Турифо" биржаси, туроператорлар турагентлар ва истеъмолчиларға турли йўналишлар бўйича ўз маҳсулотларини таклиф этадилар). Бу биржа даврий равишда "Аэростар" меҳмонхонада (Москвада) ўтказилади, унда келаётган мавсум учун шакллантирилган тайёр турпакетлар таклиф қилинади. Бундай кўргазмалар, одатда, худудий ҳисобланади.

Универсал ва кўп тармоқли кўргазмалар мунтазам характерға эға бўлиб, ҳар йили ўтказилади ва миллий ҳамда халқаро даражадаги тадбирлар ҳисобланади. Масалан, Москвада ўтказиладиган МИТТ халқаро кўргазмаси, ҳар йили март ойида ўтказилади. Унда тармоқ корхоналари (меҳмонхоналар, транспорт компаниялари), шунингдек, Россия туризм бозоридан манфаатдор мамлакатлар вакиллари қатнашадилар.

Кўргазмаларда қатнашишдан фойда ва унга қилинадиган харажатлар кўргазма учун қўйилган капиталға фойда матрицасида намоиш қилинади:

Кириш (харажатлар)

- Майдонлар/стендлар ижараси
- Стенд командасиға тўловлар
- Кўргазма намуналари
- Транспортировка
- Чипталар
- Хизмат сафари харажатлари
- Меҳмонхона

- Жойлаштириш
- Вақт сарфи
- Офисда бўлмаслик
- Баҳолаш учун куч ва имкониятлар сарфи
- Кўргазма сотуви учун махсус нархлар
- Тайёрлов ишлари
- Мижозларга, агентларга маълумотлар
- Ташриф буюрувчиларни таҳлил қилиш
- Матбуот маълумоти

Чиқиш (фойда)

- Харидорлар билан тўғридан-тўғри алоқа
- Бозорда йўналтирилганлик
- Катта эътиборни жалб қилиш
- Маҳсулотни намойиш қилиш
- Янги ҳамкорлар/ алоқалар
- Янги агентлар/дистрибьюторлар
- Мавжуд алоқаларни қўллаб-қуватлаш
- Бир жой ва бир вақтнинг ўзида кўп имкониятлар
- Рақобатчиларни кузатиш
- Жамоат муносабатларининг ажойиб салоҳияти
- Маркетинг маълумотлари мавжудлиги
- Янги маҳсулотлар
- Мавжуд маҳсулотлар модификацияси
- Бозор сегментини таҳлил қилиш
- Матбуот билан алоқалар
- Стратегик ўзгариш (эгилиш)ларни тушуниб етиш

Матрицадан кўргазмаларнинг нима учун ўтказилиши ва фойдали чиқиш кўриниб турибди. Кўргазма фаолияти уч босқичли ишдан ташкил топади:

- А) олдиндан тайёргарлик;
- Б) кўргазма стендида ишлаш;
- В) кўргазмадан кейинги ишлар.

Ҳар бир босқич ўзига хос жиҳатларни характерлайди.

1. Олдиндан тайёргарлик - кўргазмани танлаш ва унда қатнашиш билан боғлиқ ташкилий тадбирларни ўз ичига олади.

Ярмаркани танлаш. Кўпгина компаниялар раҳбарлари эътиборларини энг йирик биржаларга (ФИТУР каби) қаратадилар. Агар фирма барча йўналишлар бўйича ҳамкорларга эга бўлса ва улар билан муваффақиятли ҳамкорлик қилаётган бўлса, бу ўзини оқлайди, албатта. Бу ҳолда Берлин, Лондон ёки Мадриддаги дунё форумлари улар билан алоқа қилишнинг энг яхши жойи ҳисобланади.

Аммо фирма ўз контрагентлари доирасини кенгайтиришга ёки ўзи учун янги йўналишларни ўзлаштиришга ҳаракат қилса, у учун ҳудудий кўргазмалар ва профессионал турсалонларда ишлаш мақсадга мувофиқдир.

Кўргазмага тайёргарлик кўриш. Кўргазмада қатнашиш қарорини бир йил аввалдан аниқлаб олиш лозим бўлади, ярим йил олдин эса стенд ва ускуна

(жихоз)лар учун ҳақ тўланади. Шунинг учун ҳисобга олиш керакки, кўпчилик йирик кўрғазмаларда қатнашиш талабномаларини қабул қилиш, улар бошланишидан 3-4 ой аввал, ИТБ каби жуда аҳамиятлиларида эса 6 ой олдин тугаб бўлади.

Таҷриба шунинг кўрсатадики, потенциал ҳамкорлар ва мижозларни максимал жалб қиладиган миллий коллектив стендларда ишлар самаралироқдир. Турфирма алоҳида қатнашиши билан музокараларга ва тайёрланиш ишларига, стенд кўрилишига, айниқса, индивидуал дизайнга ўзини оқламайдиган ҳаражатлар қилади. Шунинг учун ташкилотчилар билан музокараларни ва маълумот материаллари, каталогларини олишни, стендлар безашни, маълумотларни каталог ва маркетинг дастурига кўшишни ўз зиммасига оладиган ягона экспозициялар ташкил қилувчилар билан ишлаш фойдалироқдир. Ҳозирда бирлашган ўзбек стендлари баъзи халқаро кўрғазмаларда қатнашмоқдалар.

Шунинг назарда тутиш лозимки, кўпгина кўрғазмаларда стендларнинг минимал майдони 9-12 м² ни ташкил қилади (Миландаги БИТда - 20 м²). Тўлақонли ишлаш учун эса фақат коллектив стендларда буюртма бериш мумкин бўлган 4-6 м² етарлидир. Бунда фирма - консолидатор хавф ва кўрғазма майдони учун олдиндан тўловларни ташкил қилиш ҳаражатларни ўзига олади ва фирма - экспонентларни бу ташвишдан озод қилади.

Кўрғазма фирмаси кўрғазма очилишидан олдин ўз экспонентларининг тайёргарлик ишларини ташкил қилиш билан шуғулланади (кўрғазмага экспонентларнинг материал ва ускуналарини олиб келиб беради, стендларни тайёрлаш ишларини охиригача олиб боради, каталогларни олади). Шунинг учун коллектив стенд қатнашчилари келишлари билан ишга тушиб кетадилар, тайёрланиш ишларига куч ва вақт сарфламайдилар.

Олдиндан каталог ёки стенд қатнашчилар рўйхатини олиш биланок ҳамкорлар ва мижозларни жалб қилишга киришиш лозим. Фирма алоқани ўрнатишдан манфаатдор компанияларга стендга ташриф буюриш таклифиномалари билан факс ва хатлар жўнатади.

Стендларга ташриф буюрувчилар ва потенциал ҳамкорларни жалб қилишнинг бошқа усуллари ҳам бор. Масалан, хатлар, конвертлардаги штамп ва наклеякалар. Кўрғазма бошланишидан анча олдин стендларга ташриф буюришни таклиф қиладиган, адресатларга мўлжалланган ҳар бир почта жўнатмаси наклеяка билан белгиланади. Айниқса, ҳамкорлар ва манфаатдор харидорларга индивидуал таклифномалар ва номи кўрсатилган таклифномалар тарқатиш яхши натижалар беради. Таклиф қилиш учун бошқа қизиқтириш усуллари ҳам топса бўлади, масалан, стенда туширилган суратларни юбориш, доимий ҳамкорларга эса аввалги кўрғазмага келганида туширилган суратни юбориш мумкин. Таклифномалар кўрғазма очилишидан тахминан уч ҳафта олдин олинган бўлиши лозим. Ташриф буюрувчиларни жалб қилишнинг анъанавий усуллари ҳам фойдаланилади, яъни, махсуслаштирилган матбуот, каталоглар орқали реклама қилиш.

Шунингдек, кўрғазмага тайёрланишда қуйидагилар талаб қилинади:

- аввалги бўлиб ўтган кўрғазма каталогларини диққат билан ўрганиш;
- кўрғазма ташкилотчисидан қатнашувчиларнинг дастлабки рўйхатини олиш ва олдинги кўрғазмалар маълумотлари билан солиштириш;

- ҳар бир маҳсулот категорияси бўйича назорат рўйхатини тайёрлаш, каталогдаги ҳар бир қатнашчи билан танишиб чиқиш, рақобатчиларнинг маҳсулотлари билан танишиб чиқиш ва уларни маълумотларидан фойдаланиш;
- ташкилотчиларгаф ирмангизнинг тўлиқ номини ва бошқа маълумотларини билдириш керак;
- кўргазмада таклиф қилиш учун комплекс турпакетлар ва алоҳида хизматларнинг қатъий нархларни белгилаш;
- ўз маҳсулотларингиз, стенд лойиҳалари бўйича техник варақалар, прайс-листлар тайёрлаш;
- аввалдан маҳсулотларни стендда қандай жойлаштиришни аниқлаб олиш;
- стенд ходимлари учун ёзма маълумотлар, ёрдамчи иллюстрациялар тайёрлаш;
- тарқатиш учун икки турда реклама буклетларини тайёрлаш:
- биттаси - умумий (имкониятларингиз ҳақида), бошқаси - нисбатан батафсилроқ (таклифларингиз билан қизиқадиган мижозлар учун);
- ҳаммаси ёки камида иккитаси хорижий тилларни биладиган малакали стенд командасини тузиш;
- етарли миқдорда фирма ташрифномаларини тайёрлаб қўйиш;

Стендга ташриф буюрувчилар билан мулоқотни осонлаштириш учун қоғоз ва махсус бланкларни тайёрлаш. Бундай бланкларни «Музокаралар варағи», «Ташрифбуюрувчи варағи», «Контактлар журнали» деб аташ мумкин. Улар қуйидагиларни кўрсатиши лозим:

а) ташриф буюрувчи номи ва лавозими, фирма ҳақида маълумот, фирма қизиқишлари соҳаси, мавжуд муносабатлари ва имкониятлари;

б) манзил, катталиги, эгаси, обороти, махсус фаолият соҳалари каби фирма маълумотлари;

в) ўзаро манфаатли соҳалар;

е) ташриф буюрувчи билан музокаралар натижаси (ҳамкорлик имкониятлари,

Имкони бўлса, юқорида тайёрланган маълумотларнинг ҳаммасини компьютер базасига киритиш керак. Шунингдек, пресс-релиз, маълумотлар, файллар ёки стендда қўйиш учун видеороликлар тайёрлаб қўйиш лозим. Аввалдан матбуот билан муносабатларни, ўз тақдимотларини, пресс-конференцияларни, "айлана стол" ларни ўтказишни ҳам режалаштириш зарур.

Стендда ишлаш стенднинг ўзини безашдан бошланади. Дастлаб кўргазмадаги стенд жойи аниқланади. Жойни аниқлашда асосий омил мақсадлар ва фирманинг бюджет имкониятлари ҳисобланади. Кўргазма майдони маркази, бурилишлар ва кўргазмага кириш жойларига яхши эътибор бериш зарур. Бироқ бу жойлар қиммат бўлиши мумкин. Бурчак стендлари ва йўлаклардаги стендлар фойдаланиш учун қулайдир.

Қўйилган мақсадларга эришиш учун компанияни қандай таништириш маъқуллигини аниқлаб олиш лозим: уни ривожланган, замонавий кампания сифатида таништириш яхшими ёки, аксинча, ўзини тутишни биладиган

анъанавий фирма сифатида таништириш керакми. Шакл, ранг ва дизайн сиз истаган образни яратишга ёрдам беради.

Намойиш қилишда ўтиб кетаётган ташриф буюрувчиларнинг диққатини жалб қиладиган усуллардан фойдаланишга ҳаракат қилинг.

Бир неча кўргазмада ҳар йили қатнашиш истагингиз бўлса фойдаланиладиган экспозиция материаллари кўп маротаба транспортировка қилишга ярайдиган бўлиши керак. Турли кўргазмаларда фойдаланиш учун кўп марталик модулларни сотиб олиш мақсадга мувофиқдир. Бу ҳаражатларни сезиларли даражада қисқартиради.

Кўргазмада фирма қатнашишини ташкил қилишда қуйидагиларни амалга ошириш лозим:

1. Кўргазма маъмуриятидан стендлар демонтажи ва кўрилиши учун ким жавобгарлигини аниқлаб олиш керак. Бу стенд турини танлашда ва ҳаражатларни аниқлашда муҳим омил бўлиши мумкин.

2. Экспозицияда қайси маҳсулот қандай жойлаштирилишини аниқлаб олиш.

3. Таклиф этилаётган хизматларни қай ҳолатда яхшироқ намойиш этиш мумкинлигини билиш (видеокўрсатув, макетлар ва бошқалар).

4. Стендда қандай маиший хизматлар (электр, сувоқими, сақлаш, олиб келиш) бўлиши ва ташкил қилиниши кераклигини билиш.

5. Қандай транспорт тури зарурлигини аниқлаш. Экспонатларнинг шакли, ўлчами ва оғирлиги транспорт танлашни аниқлайди.

6. Кўргазма ички қоидаларини, тартибларини ва чеклашларни билиш. Ҳар бир кўргазманинг ўз қоидалари ва чеклашлари мавжуд. Кўргазма қатнашчилари учун барча зарур маълумотлар қўлланмада мавжуд бўлади. Бундай қўлланмалар таркиби кўргазма ўзгаришига қараб ўзгариши мумкин, аммо умумий ғоя экспонент учун ташкилий масалаларни ҳал қилишни максимал осонлаштиришга қаратилган.

Қатнашчи қўлланмасида қуйидаги маълумотлар бўлиши лозим: кўргазма иши жадвали ва қоидалари, умумий режа, турли маиший хизматлар учун талабномалар бланклари, рўйхатга олиш, шунингдек, транспортировка, олиб келиш ва реклама маълумотлари.

Экспозицияларни режалаштиришда ўз маҳсулотингизнинг бўладиган намойишини таҳлил қилиб олиш мақсадга мувофиқдир.

Биринчидан, сиз нимани намойиш қилмоқчи эканлигингизни аниқлаб олиш зарур: фирманими, технологияларними, маҳсулот ёки хизматларними.

Иккинчидан, экспонатлар танлаш бўйича қуйидаги саволларга жавоб топиш лозим:

- Фирма ишлаб чиққан барча маҳсулотларини намойиш қиладими ёки алоҳида танланган маҳсулотларними?
- Кўргазмада айнан нимани кўрсатиш керак ва қайси маҳсулотлар янги ҳамда рақобатчиларникига қараганда устунликка эга?
- Қайси жиҳатларга алоҳида урғу бериш лозим?
- Сиз экспонат қилмоқчи бўлган маҳсулот ҳаётийлик даврининг қайси босқичида турибди?

- Қайси маҳсулот потенциал мижозларингизнинг мақсадли гуруҳи талабларига мос келади?
- Стендда дизайн тўғри қилинганми? Экспозициялар ва реклама материалларининг ранг гаммалари кўрғазмага ташриф буюрувчилари дидларига мос келадими?
- Жойлаштириш воситалари ва бошқаларнинг макетларини, намоиш видеоверсияларини тайёрлаш керакми? Видеоматериаллар ва график таблода нима кўрсатилиши лозим?
- Сизга қандай ўлчамдаги стенд зарур?

Учинчидан, стендда қандай ҳаракат ва тадбирлар ўтказишни режалаштириш:

- маҳсулот намоиш қилиш;
- тўғридан-тўғри сотиш;
- музокаралар;
- стендда ўтказиладиган тадбирлар (семинарлар, лотереялар, ўйинлар, намоишлар, артистлар чиқиши, конкурслар);
- фирма тақдимоти;
- маҳсулот ва хизматларнинг ҳаракатли кўрсатилиши;
- сўровлар, анкеталар ўтказиш;
- маҳсулот изланишини ўтказиш;
- персонални тайёриаш учун олдиндан тайёргарлик кўриш зарур.

Буларнинг ҳаммаси стенд ўлчами, конфигурацияси ва жиҳозланишига сезиларли таъсир кўрсатади.

Тўртинчидан, аввалдан ёрдамчи зоналар - офис, музокара хонаси, ошхона, гардероб, персонал дам олиш хонаси, реклама материалларини сақлаш учун жой кабиларни тайёрлаб қўйиш керак.

Стендни безашга ижодий ёндашиш керак. Стенд қанчалик ўзгача ва қизиқарли бўлса, ўзига шунча кўп одамларни жалб қилади. Стенд безатилиши корхона услубига, фаолият турига ва ташриф буюрувчилар кутишларига мос келиши лозим. Бу ташриф буюрувчиларнинг фирма стендига ишончини таъминлайди.

Стендларни безаш воситалари ва экспозицияларни кўрсатиш усуллари жуда ҳам кўпдир. Уларни танлаш фирма йўналишига, мақсадларига, имкониятларига, маҳсулот турларига, шунингдек, фирма катнашадиган маълум кўрғазма каби параметрларга боғлиқдир.

Композицияларни яратиш ва безатиш воситалари:

- байроқлар, ёрликлар, транспарантлар;
- фирма логотиплари;
- диаграммалар, мозаика, фотообойлар;
- гуллар, яшилликлар, дарахтлар;
- оригинал конструкциялар, фонтанлар;
- ҳаво шарлари ва зондлар;
- рангли панеллар;
- деворий тақинчоқлар, панно;
- хайкаллар, вазалар, керамика;

- манекен вабошқалар.

Бу воситалар ёрдамида турли предметлар ўз ғоясига эга бўлган ягона композицияга бирлашадилар.

Экспозицияларни кўрсатиш усуллари:

- статик демонстрация;
- ҳаракатдаги демонстрация;
- ташриф буюрувчиларга кўриш, татиб кўриш, эшитиш, ҳидлаш, тегиб кўриш, ҳаракат қилиш имконини бериш;
- ўйин намойиши;
- объектларни техник воситалар ёрдамида намойиш қилиш (компютер видеотехникаси, лазер қурилмаси ва бошқалар).

Бунда шуни унутмаслик керакки, кўргазма - бу юзлаб туристик фирма ва корхоналар қатнашадиган ажойиб оммавий тадбирдир. Унда қатнашчиларнинг ҳар бири ўз стендини тақдим этади. Ўз стендига ташриф буюрувчиларни жалб қилиш учун қуйидагилардан фойдаланадилар:

- ҳаракатланадиган объектлар;
- тирик объектлар (жониворлар);
- тарихий, эртак, театр ва чўмилиш кийимлари каби турли хилда кийинган одамлар;
- оригинал ёритиш ва оранжировка;
- стенд устида шарлар, транспарантлар, табло;
- муסיқий ансамбл, товуш эффектлари;
- оптик ва лазер эффектлари;
- катта экранларда қизиқарли бўлган компютер видеороликлари;
- кутилмаган объектлар (стенд ўртасида катта палма);
- залдаги оригинал кўрсаткичлар.

Булар ичидан сизнинг маҳсулотингиз ва компаниянгиз учун нисбатан қулай, фойдалисини танлаш ва фойдаланиш зарур.

Стенддаги компания логотипига алоҳида эътибор қаратиш лозим. Логотип кўзга ташланадиган ҳажмда бўлиши керак. Компания номи кўринадиган жойда ва осон ўқиладиган бўлиши лозим.

Ташриф буюрувчи қуйидагиларга эътибор қаратиш лозим:

- стенднинг кўриниши. Стенд диққатни ўзига жалб қилиши учун ажралиб туриши керак;
- фирманинг логотип ёки номи кўзга ташланиб туриши лозим;
- Маҳсулот рекламаси. Бунинг учун кўриш, ўқиш ва тушуниш осон бўлган панеллар, плакатлар, сарлавҳа каби визуал воситалардан фойдаланинг.

Агар ташриф буюрувчи уч секунд ичида стендингизга разм солишга улгурмаса, у маълумотлар нисбатан қулай жойлаштирилган томонга ўтиб кетади.

Кўргазмада ишлаётган командага қараб умуман туристик фирмага баҳо берилади. Шунинг учун стенд пресоналини танлаш ҳам алоҳида эътиборга эга. Профессional тайёргарлик ва хорижий тилни билиш билан бир қаторда биринчи даражада ташриф буюрувчилар билан мулоқотда бўла олиш

қобилияти аҳамиятлидир. Айниқса, кўргазма командаси олдиндан музокараларни олиб боришга ўргатилган бўлса айтиш мумкин.

Ҳар бир стендга ташриф буюрувчи потенциал мижоздир, унга эга бўлиш эса санъатдир. Бунинг учун эса бошидан мижозларга эътибор бериш лозим. Стендга ташриф буюрадиган ҳар бир мижозга алоҳида эътибор билан муомала қилиш керак: унинг ташрифномасини олиш, «контактлар журналы»да келиш мақсадини қайд қилиш лозим. Унда келиш санаси, суҳбат предмети, музокараларнинг қисқа натижаси киритилади ва ташриф нома бириктилиб қўйилади.

Экспертлар таъкидлашича, ўрта ҳисобда 70% суҳбатлар "Сизга қандай ёрдам бера олишим мумкин?" саволидан бошланади. Бундай сийқаси чиққан саволдан кейин суҳбат бир неча секундда тугайди. Шунинг учун олиш керакки мижоз, одатда, диққат марказида бўлишни хоҳлайди. Бунга мижоз нуқтаи назарини ҳисобга олиб эришишимиз мумкин: «Биз ташкил қиламиз» ўрнига «Сиз ...да бўласиз» ёки «Мен сизга ...ни кўрсатмоқдаман» ўрнига «Сиз бу ерда... ни кўрмоқдасиз» дейилса маъқул бўлади. Бундай муносабат мижозни стендга янада жалб этади.

Стендда камида икки ходим ишлаши лозим. Бироқ қиладиган иши режалаштирилмаган ва ташкил қилинмаган бўлса, бундай пайтда катта команда ҳам ишга фойда келтирмайди.

Кўргазма ишининг асосий қоидалари:

- ўз стендингиз командасига мунтазам инструктаж ўтказиб туринг;
- стендга келадиган ҳар бир ташриф буюрувчи учун дўстона муносабатда бўлинг;
- стендингизда хизмат қиладиган ходим камида икки киши бўлиши лозим;
- қўл остингизда етарли маълумот материалларига эга бўлинг;
- ҳар бир ташриф буюрувчининг исми, касби, компанияси, келиш мақсади, қизиқишлари, саволлари бўйича рўйхатга олинг;
- унга фирмангиз ташрифномасини беринг ва ундан фирмаси ёки компаниясининг ташрифномаси ёки буклетини сўранг. Бу сизнинг ташриф буюрувчига қизиқишингизни билдиради;
- кўргазма жойида ичманг, чекманг, аммо ташриф буюрувчиларга доимо кулдон таклиф қилинг (агар улар чекса ёки чекаётган бўлса);
- ҳар куни кўргазма очилишидан олдин экспонатларингизни текширинг ва тўғрилаб қўйинг;
- кўргазмада рақобатчиларингиз стендларини кўриб чиқиш учун вақт ажратинг. Сиз бу ерда учратишингиз мумкин бўлган барча компаниялар номларини текширинг ва ёзиб қўйинг.

Ярмаркадан кейинги ишлар. Кўргазмада қатнашиш - бу фақатгина ишининг бошланиши ҳисобланади. Кейинги ишлар турли мақсадли гуруҳлар бўйича турлича ташкил этилади.

Кўргазма тугаганидан кейин олинган ташрифномалар ва «контактлар журналы» ҳисобга олиб, муҳим мижозларга миннатдорчилик хатлари ва факслар жўнатилади, маълумот материаллари, шартномалар лойиҳалари

юборилади, кейинги учрашувлар ҳақида улар билан музокаралар олиб борилади.

Кейин диққат билан кўргазма каталогини қайта кўриб чиқиш лозим ва кўргазма иши мобайнида учрашиш имкони бўлмаган фирмаларга сўровлар ва тижорат таклифларини жўнатиш лозим.

Матбуот тўғрисида ҳам унутмаслик керак. Журналистларга кўргазма, ўтказилган тақдирот тўғрисидаги ҳисобот, суратлар жўнатилади.

Кўргазмадан кейинги назорат саволлари:

- кўргазма стендига ташриф буюрганлардан сизни қизиқтирганлари билан алоқаларни ўрнатинг. Ёзма равишда стендга келгани учун миннатдорчилик хатини юборинг. Буни кечи билан кўргазма ёпилганидан кейин бир hafta ўтмасдан қилиш лозим. Хатингизда келажакда ҳамкорлик қилиш бўйича музокаралар ўтказиш учун сизнинг ва вакилингизнинг борадиган тахминий вақти тўғрисида билдиринг.
- Ташриф буюрувчи сизнинг кўргазма стендингиздан тўлиқ маълумотларни олганлигига ишончингиз комил бўлса ҳам уни қизиқтириши мумкин бўлган маълумотларни жўнатиш. Ташриф буюрувчиларга тарқатиш учун ахборот кўринишида фирмангиз, маҳсулотларингиз имкониятлари ҳақида маълумот варақаларини тузинг.
- Шундай маълумот варақалари нусхалари билан ўз ағет ва вакилларингизни таъминланг.
- ўз ходимларингиз учун ташриф буюрувчилар ёки тегишли компаниялар билан муносабатларни йўлга қўйиши учун охириги муддатларни белгилаб қўйинг.
- кўргазма ёпилганидан кейин унинг натижаларини баҳоланг ва муҳокама қилинг.

Таянч сўз ва иборалар: каталог, брошюра, буклет, умумий каталог, махсус каталог, бош каталог, хизмат каталоги, расмли маълумотлар, туристик ярмарка, ярмаркани танлаш, стенд, стенда ишлаш.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туроператор каталоги деганда нимани тушунасиз ва у қандай мақсадларда чиқарилади?
2. Каталог сарлавҳаси бўйича қандай тавсиялар мавжуд?
3. Каталогларнинг қандай турлари бор?
4. Каталогдан фойдаланиш қулайлигини нима аниқлайди?
5. Каталогда материалларни бериш шаклига қўйиладиган асосий талабларни санаб беринг.
6. Каталогни нашр қилиш учун нашриётга буюртма қандай тузилади?
7. Ярмарка тадбирлари классификацияси ҳақида сўзлаб беринг.
8. Ярмарка ишлари босқичларини санаб беринг.
9. Ярмарка командасининг назорат саволларини санаб беринг.
10. Туристлик фирмаларнинг кўргазмадан кейинги фаолияти назорат саволларини санаб беринг.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонуни. // «Халқ сўзи» газетаси, 1999 йил 14 сентябрь.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1992 йил 27 июлдаги “Ўзбектуризм Миллий компаниясини ташкил этиш тўғрисида”ги Фармони. // «Халқ сўзи» газетаси, 1992 й. 28 июль.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Буюк ипак йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони. // «Халқ сўзи» газетаси, 1995 й. 3 июнь.
4. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини барпо қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. // «Халқ сўзи» газетаси, 1995 й. 4 июнь.
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Сайёҳлик ташкилотлари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида”ги Қарори. // «Халқ сўзи» газетаси, 1998 й. 9 август.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга оид давлат дастури тўғрисида»ги Фармони. // «Халқ сўзи» газетаси, 1992 й. 16 апрель
7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. // «Халқ сўзи» газетаси, 2002 й. 3 сентябрь.
8. Каримов И.А. Биздан озод ва ватан қолсин. 2-том. Т.: Ўзбекистон 1996, - 380 б.
9. Каримов И.А. Ватан саждагоҳ каби муқаддасдир. 3-том. Т.: Ўзбекистон 1996, - 366 б.
10. Каримов И.А. Бунёдкорлик йўлида 4-том. Т.: Ўзбекистон 1996, - 349 б.
11. Ahmedov X.I., Allabergenov A.A. Turizm faoliyatini tashkil etish. Т.: 2004.- 238 б.
12. Балабанов И.Т. Балабанов А.И. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. М.:2005. – 151 б.
13. Биржаков М.Б. Введение в туризм. С.Пб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2006 г.
14. Биржаков М.Б. Введение в ТУРИЗМ.- издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: 2007. – 576 с.
15. Гольшева Е. Мировые тенденции и развитие туристского потенциала Узбекистана. // Экономическое обозрение. 2004. №10. -54 с.
16. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск: ООО “Новое знание”, 2001. – 489 с.
17. Ибодуллаев Н.Э. Ўзбекистоннинг туристик ресурслари. Маърузалар матни – Самарқанд, СамИСИ, 2008- 119 б.

18. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 256 с.
19. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
20. Ефремова М.В. «Основы технологии туристского бизнеса», Учебное пособие. – М.: Издательство «Ось-89», 2001.
21. Квартальнов В.А. Туризм. – М: Финансы и статистика, 2003.-316 с.
22. Квартальнов В.А., Теория и практика туризма. М., «Финансы и статистика».2003.
23. Комилова Ф.Қ., Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2006 й. -191 б.
24. Mamatqulov X.M., Bektemirov A.B., Tuxliyev I.S., Norchayev A.N. Xalqaro turizm. Darslik. – Т.: O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati, 2009. - 192 b.
25. Норчаев А.Н. Қутлимуротов Ф.С. Халқаро бозорда миллий туризм. // Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 2001. №2.-52-53 б.
26. Организация туризма. Под.ред. А.П. Дуровича. Учеб. пособ. Минск. «Новое знание», 2006.
27. Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. Маърузалар курси. Сам ИСИ — 2006.
28. Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туризм асослари. Маърузалар курси. Сам ИСИ — 2006. -78 б.
29. Ташмуродов Т. Халқаро туризм. Т.: «Турон – Иқбол», 2007 й.- 320 б.
30. Тураев Б.Х. Теоретико – методологические основы развития туризма. Т.: изд. «Фан», 2008. – 166 с.
31. Тухлиев И.С. ва бошқалар. Туризм асослари. Ўқув қўлланма – Самарқанд, СамИСИ, 2010- 226 б.
32. Тухлиев Н.Т., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. Т: ГНИ «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006.
33. Тухлиев Н.Т., Абдуллаева Т. Менежмент и организация бизнеса в Республике Узбекистана. Т: ГНИ «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006. – 368 с.
34. Қудратов Ғ.Х., Тухлиев И.С. «Туризм иқтисодиёти». СамИСИ., С.: 2007.
35. Ҳайитбоев Р., Амриддинова Р. Туризмнинг махсус турлари. Услубий қўлланма. – Самарқанд. СамИСИ, 2008. – 47 б.
36. Ҳайитбоев Р., Саттаров А. Туризм маршрутларини ишлаб чиқиш технологияси. Маърузалар матни. – Самарқанд. СамИСИ, 2009. – 87 б.
37. Интернет сайтлари:
www.interunion.ru – туристские ассоциации
www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
<http://www.tourism.uz/>

Туристтик саёҳатининг йўлланмаси ва технологик харитасини тузиш

Маршрутга хизмат кўрсатувчи туристик корхонасининг номи

2009 йил учун

Маршрут номи
Маршрут бўйича туристик саёҳатининг

ТЕХНОЛОГИК ХАРИТАСИ**1. Маршрутнинг асосий кўрсаткичлари**

Маршрут тури _____

Мураккаблик категорияси _____

Маршрут узунлиги (км), жумладан яёв, қайиқда _____

Саёҳат муддати (сутка) _____

Туристтик гуруҳлари сони _____

Гуруҳлардаги туристлар сони _____

Маршрутдаги жами туристлар сони _____

Жами одам-кун хизмат кўрсатилиши _____

Маршрутда биринчи гуруҳга хизмат кўрсатишнинг бошланиши _____

Маршрутда сўнгги гуруҳга хизмат -//- бошланиши _____

Сўнгги гуруҳга хизмат кўрсатишнинг охири _____

Ой	Бир ойдаги туристлар сони	Ойлар бўйича туристик гуруҳлар келиш графиги	Бир ойдаги гуруҳлар сони
01			
02			
...			
12			

Саёҳат бошланадиган туристлик корхонаси манзили

Йўлланма нархи _____

2. _____ маршрут бўйича туристлар ва саёҳатларга хизмат кўрсатиш дастури

Аҳоли пунклари, улар орасидаги масофа, воситалар	Туристлик корхоналар номи	Режалаштирилган туристик хизматлар. Экскурсия номи (- дан)	Маршрут ичидаги ташувлар	1 кишига экскурсион харажатлар

Жами, _____

жумладан, 1 _____ корхона _____

жумладан, 2 _____ корхона _____

жумладан, ва х. _____ корхона _____

Маршрут ичидаги ташувларни қуйидаги корхоналар амалга оширади:

МУХР ўрни

Маршрутга хизмат кўрсатувчи корхона раҳбарлари имзоси

Гуруҳлар топшириладиган пунктлар:

Шартли белгилар

Х – Туристлик корхонасида хизмат кўрсатилади

СП – сухой паёк

Тоҳ – тунаш очик ҳавода (сафар палаткалари)

Молия хизматлари раҳбарлари (бош ҳисобчилар) имзоси

«_____» 2009 йил

3. Саёҳатнинг қисқача баёни (Туристлик йўлланмаси иловасида такрорланади)

Маршрутда хизмат кўрсатувчи туристлик корхонаси Раҳбари

Имзо

Туристтик корхонанинг юклама графиги ва маршрутини тузиш

САФАР ТРАССА ПАСПОРТИ

1. Туристтик корхонасининг номи _____
 Туризм тури _____ сафар трассаси _____

асосий географик пунктлар номи

Узунлиги _____ км, давомийлиги _____ сутка

Бир гуруҳдаги туристлар сони _____ нафар

Иш даври _____ дан _____ гача

Паспорт тузилган пайт 200 _____ йил, _____ нусхада

Ўзгаришлар киритилган: 200 _____ йил, _____ саҳифа

200 _____ йил _____ саҳифа

Паспорт нусхалари жўнатилган:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

2. Сафар трассасини босиб ўтиш режаси

Йўл кунлари	Трасса участкаси	Км	Ҳаракат воситаси

Жами фаол ҳаракат воситалари билан _____ км.

3. Сафар трассаси схемаси (сафар трассаси кўрсатилган, масштаби 1: 200000 дан кам бўлмаган босма ҳарита ва схемалар елимланиши мумкин).

Шартли белгилар:

Сафар трассаси	пана жойлар
трассанинг заҳира варианты	тиббий ёрдам пункти
тунаш жойи	алоқа пункти (тури кўрсатилади)
дам олиш нуқтаси	

Сафар трассасининг қисқача тавсифи, йўлнинг мураккаб участкаларининг баёни

3. Сафар трассаси ҳудудидаги иқлим тўғрисида маълумот (мазкур маршрут иши даврига тўлдирилади)

Маълумотлар	Ойлар	06	07	08	09
Ҳарорат C°		Ўртача Минимал Максимал			
Шамол тезлиги м/с		Ўртача Максимал			
Ёғингарчиликнинг ўртача миқдори мм		Ўртача Максимал			

5. Содир бўлиши мумкин бўлган фавқулотда ҳодисалар ва гуруҳнинг бу пайтдаги ҳаракати.

6. Туристларнинг сафар олди тайёргарлигига талаб. Назарий ва амалий машғулотлар турбазада

№	Мавзу	Машғулотлар соат ҳажми	Ўтказиш шакли

7. Йўлланма илова varaқаси матни учун тавсиялар. Йўлланма матнига туристлик жиҳозлар, кийим-кечак, пойафзал бўйича тавсиялар киритади.

8. Трассани босиб ўтиш учун туристлик жиҳозлари:

- а) йўлланма бўйича туристлик корхонаси томонидан бериладиган, шу жумладан бутун гуруҳ учун (_____ нафар сайёҳ ва бир инструкторга);
- б) қўшимча тўлов эъвазига бериладиган

9. Сафар трассанинг ободончилиги

Маркировка (рамзий белгилар) _____

Дам олиш жойи, тунаш жойи, пана жойлар, йўл ободончилиги _____

Корхона директори _____

Катта инструктор _____

«Келишилган»

(келишувчи ташкилотлар имзоси)

Паспорт тузиш бўйича кўрсатмалар:

1. Паспорт давомийлиги 1 суткадан кам бўлмаган ҳар бир асосий ёки синов сафари трассаси учун алоҳида тузилади.
2. Паспорт сафар бошланадиган туристлик корхонаси томонидан тузилади.
3. Саёҳат ҳудудидаги иқлим ва эҳтимоли бўлган фавқулотда ҳодисалар тўғрисидаги маълумотлар гидрометео хизмат маълумотлари асосида киритилади.
4. Паспорт сафар трассада хизмат кўрсатувчи ҳар бир туристлик корхонасига жўнатилади.
5. Сафар трассаси эксплуатацияси жараёнида юзага келган ўзгаришлар, бир ой ичида паспортнинг барча нусхаларига киритилиши керак. Зарур ҳолларда баъзи саҳифалар алмаштирилади ёки янги паспорт тузилади.

3-илова

Туристлик корхонаси томонидан 2009 йил _____ ойда туристлар гуруҳларининг

ЮКЛАНИШ ГРАФИГИ

Гуруҳ №	Туристлик маршрути рақами	Хизмат кўрсатиш санаси		
		1	2...30	31

4-илова

Туристлик йўлланмасига

АХБОРОТ ВАРАҚАСИ

Саёҳат номи

Зарурий маълумотнома

1. Туристлик сафарнинг тури ва хили, саёҳат давомида ва унинг сафар қисмида кўрсатиладиган хизматларнинг асосий мазмуни кўрсатилади.

2. Саёҳат йўлининг баёни – тўхташ жойлари, муддати ва жойлашиш шарт-шароитлари ва хизматлар тури (бино хили, номердаги ўринлар миқдори, унинг санитар-гигиеник жихозлар) кўрсатилади.
3. Саёҳат худудининг қисқача баёни (ёдгорликлар, рельефининг ўзига хосликлари), сафарнинг ҳар бир пункдаги хизматлар дастури (Туристлик сафарининг технологик харитасига мос равишда) берилади.
4. Қўшимча тўловлар эвазига кўрсатиладиган хизматлар рўйхати.
5. Спорт иншоатлари, майдончалари, автомобил турар жойи, йўловчилар учун осма кўприклар, болалар ўйин майдончаси (хоналари) кутубхона, кинозал ва бошқалар мавжудлиги ва қисқача тавсифи.
6. Туристлик сафари бошланадиган туристлик корхонаси манзили ва унга бориш йўли.

Қўшимча маълумотлар тахминий рўйхати

1. Ёш чеклови, болали сайёҳлар, оилалилар қабули тўғрисида маълумот.
2. Походли туристлик сафар учун махсус маълумот.
3. Бошқа маълумот ва тавсиялар

ИЗОҲ: Доимий тиббий назоратда бўлиши лозим бўлган шахсларга сайёҳатнинг маршрутлари тавсия этилмаслигини таъкидлаш мақсадга мувофиқдир.

5 - илова

Банд қилиш варақаси

Рақам: _____ Категорияси: _____ Тўлдириш намунаси: Ҳа
(тезкор/оддий)

1. Туристлар ҳақида маълумот.

MRIMRS	Исм шарифи	Паспорт рақами	Туғилган вақти	Қабул қилинган хўжжат

2. Дастур (давлатлар)

Шаҳар/Курорт	Меҳмонхона	Келиш вақти	Кетиш вақти	Кунлик тунлар сони	Хона тури, хоналар сони	Овқатланиш

3. **Авиакўчиш** (авиакомпания, класс): _____

4. **Чақирув ёрдами:**

ха	йўқ
----	-----

5. **Ижтимоий химоя:**

ха	йўқ
----	-----

6. **Трансфер:**

ха	йўқ
----	-----

7. **Машина ижараси:**

ха	йўқ
----	-----

8. **Қўшимча хизматлар:** _____

9. **Буюртма нархи:** _____

Тур учун қўшимча тўлаш шартлари: _____

10. **Қўшимча инкор шартлари:** _____

Буюртмани қабул қилди: _____

(турагентлик ишчиси имзоси)

6-илова

Туристлик сафари маршрутининг экспедицион текширув ўтказилганлиги тўғрисидаги ҳисоботнинг тузилиши ва мавзуси

1. Маршрутнинг экспедицион текширув ўтказилганлиги тўғрисидаги ҳисобот сафарларнинг назарда тутган янги туристик саёҳатини лойиҳалаштириш учун асосий маълумотнома ҳисобланади.

2. Ҳисобот матни қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

Сафар ҳудуди тўғрисида маълумотлар: сафарга тайёргарлик ва уни ўтказиш пайтида ҳудуднинг тактик ва техник масалаларга таъсири.

Сафар тўғрисида маълумот: сафар маршрут тўғрисида батафсил маълумотлар, унинг узунлиги ва давомийлиги, турли воситалар ёрдамида печадиган босқичлари.

Сафарни ташкил этиш, жумладан айнан шу маршрут танланишининг асосланиши.

Сафар ҳаракатининг графиги ва техник тавсифи.

Ҳавфсизлик, экстремал вазиятлар, кўриш чекланган шароитларда мўлжалларга алоҳида эътибор берилади.

2.5 Сафар хулосаси, натижа ва тавсиялар.

Ҳудуднинг энг ўзига хос жиҳатлари, ўтишни енгиллаштириш йўллари, ҳавфсизлик ва қизиқарли ўтказиш таклифлари.

2.6. Сафарга тайёргарлик ва ҳисобот тайёрлашда фойдаланилган адабиётлар рўйхати, Туристлик ҳисоботлари ва бошқа манбалар.

2.7. Илова:

– шахсий ва гуруҳ жиҳозлари, жиҳоз ва инвентар комплекцияси бўйича тавсиялар;

– сафарда овқатланиш рациона, йўлда маҳсулотлар олиш имконияти мавжудлиги;

– гуруҳ ва ҳар бир кишига тегишли маҳсулот ва ускуналар ҳажми; сафар ҳаражатлари сметаси;

- транспорт, алоқа, тиббиёт пунктларининг иш тартиби;
- ҳисоботга илова қилинадиган суратлар (чизмалар)
- сафар йўлининг мураккаб нуқталарини, ёдгорликларни, табиатини акс эттириши лозим. Фотосуратлар ва чизмалар рақамланиши, номланиши ва имзоланиши керак.
- сафар ҳудудининг маршрут кўрсатилган, заҳира йўл қайд этилган, йўналишлар белгиланган, тунаш жойлари таъкидланган, тўсиқ ва мўлжаллар акс этган, асосий нуқталар фотосуратлар воситасида тасвирланган ҳаритаси. Ҳарита сафарнинг оғир участкалари ва уларни ўтиш йўлларини акс эттиради.

3. Ҳисоботни тайёрлаш.

Ҳисобот машинка ёки компьютерда (1,5 интервалда) терилиши, иловалари билан рақамланиши ва муқоваланиши шарт. Ҳисоботнинг умумий ҳажми одатда 100 саҳифагача бўлади, жумладан матн – 50 саҳифагача. Ҳисобот сарлавҳали титул варағига, бўлимлар, фотосуратлар, ҳарита (схема)лар кўрсатилган мундарижасига эга бўлиши шарт. Муқованинг ички томонига ҳарита ва ҳужжатлар учун конверт елимланади.

14.«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича хорижий манбалар:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для ВУЗов.- М: Аспект Пресс, 2001г.
2. Агзамов.С, Т.Тошмуродов. Менежмент международного туризма. –Т.: ТГЭУ, 1996, 198 с.
3. Балабанов И.Т., Балабанов.А.И. «Экономика туризма»- М.: Финансы и статистика, 2004 – 176 ст.
4. Богданов Е.И. Планирование на предприятии туризма /Учебное пособие СПб.: Изд.д. «Бизнес- пресс» 2005
5. Ефремова М.В. «Основы технологии туристского бизнеса», Учебное пособие. – М.: Издательство «Ось-89», 2001.
6. Кабушкин.Н.Н. Менежмент туризма. -М.: Новое знание 2005 год.
7. Квартальнов В.А Менеджмент туризма: Экономика туризма. М.: Финансы и статистика 2004 г.
8. Квартальнов В.А. Туризм. – М., Финансы и статиститка 2004.
9. Чудновский А.Д. Туризм и госиничное хозяйство М.: ЮРКИНГА. 2005
10. Яковлев.Г.А Экономика и статистика туризма. Учебное пособие. М.: Изд. 2005 - 368 ст.
11. Интернет сайтлари:

www.interunion.ru – туристские ассоциации

www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму

<http://www.wto-marketing.ru> – сайт ВТО

<http://www.tourism.uz/>

<http://www.tour.uz/>

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

1-мавзу	Туризмда операторлик хизматини ташкиллаштириш асослари, фаннинг мақсади ва вазифалари
----------------	--

1.2. Амалий машғулотни олиб бориш технологияси

Талабалар сони: 20-30та	Вақти: 2 соат
Машғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот
Амалий машғулот режаси	1.Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси. 2.Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.
Машғулотнинг мақсади: Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш.	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар</p> <ul style="list-style-type: none"> • мавзуни мустақил ўрганиш учун асос яратади; • мавзу бўйича билимларни чуқур ўзлаштириш ва мустаҳкамлашга ёрдам беради; • кичик гуруҳларда ишлашни ташкил қилади; • ўз нуктаи назарига эга бўлишни шакллантиради; • мантикий хулоса чиқаришга кўмак беради. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари</p> <ul style="list-style-type: none"> • ўқув курсининг мақсади ва вазифалари, ўтиладиган мавзулар ҳақида тушунчага эга бўлади; • туроператорлик моҳиятини тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади; • мамлакат иқтисодиётига туризмнинг таъсирини изоҳлай олади; • фаннинг объекти ва предметини нимадан иборат эканлигини тушуниб олади; • туроператор туризм бозорининг субъекти нимада эканлигини тушунтириб бера олади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар, амалий ишлаш усули, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, “Венна диаграммаси” ва «Нима учун?» усуллари.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш жараёнлари вақти	Фаолиятнинг мазмуни	
	ўқитувчи	талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	<p>1.1. Ўқув машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова).</p> <p>1.2. Амалий дарс бўйича баҳолаш мезонларини тушунтиради. (2-илова).</p> <p>1.3. Талабалар амалий машғулотлар якунига етгунга қадар танлаган мавзулари бўйича мустақил ишларини топширишлари зарурлигини тушунтиради. Бунинг учун талабаларни 2-3тадан кичик гуруҳларга бўлади. Тахминий мавзуларни беради ёки талабалар ихтиёрий ўзлари танлайдилар. (3-илова).</p> <p>1.4. Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширилишини эълон қилади, ҳамда кичик гуруҳларда ишлаш қоидалари билан таништиради (4-илова)</p>	<p>Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.</p> <p>Кичик гуруҳларга бўлинадилар ва мустақил иш учун мавзу танлайдилар. Интерфаол усуллардан фойдаланилган ҳолда кичик гуруҳларга бўлинади(4-5та)</p>
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	<p>2.1. Гуруҳларга «Венна диаграммаси» усулидан фойдаланилган ҳолда, Туроператор ва турагентларни фаолиятларини солиштириб беришни сўрайди. (5-илова).</p> <p>2.2. «Нима учун?» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга, «Нима учун туроператорларга туристик хизматлар бозорини шакллантиришда алоҳида ўрин ажратилган?» деган савол билан мурожаат қилади. Бажарилган ишларни кўздан кечириб хулосалайди (6-илова).</p> <p>2.3. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Қўшимча маълумотлардан фойдаланишга имкон яратади. Диққатларини кутиладиган натижага жалб қилади.</p> <p>2.4. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.</p> <p>2.5. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишида ёрдам беради. Ягона хулоса чиқаришга кўмак беради ва ниҳоясида умумлаштиради.</p>	<p>Ўз фикрларини эркин билдирадилар. Органайзерни тўлдирадилар</p> <p>Ўз фикрларини эркин билдирадилар. Органайзерни тўлдирадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, баҳс-мунозара юритадилар, қўшимчалар қиладилар, хулоса чиқарадилар. Ғолиб гуруҳларни аниқлаб, баҳолайди.</p>

<p>III. Якуний босқич (10 дақиқа)</p>	<p>1.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2. Инсерт усулидан фойдаланилган ҳолда 2-мавзуни ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради (7-илова)</p>	<p>Эшитади. Аниқлайди. ЎУМ га қарайдилар.</p>
--	--	--

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.
- 2.Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.

2-илова

Гуруҳлар	Саволнинг тўлиқ ва аниқ ёритилиши 0-5 балл	Мисоллар билан муаммога ечим топиши 0-5 балл	Гуруҳ аъзоларининг фаоллиги 0-5 балл	Жами балл

- 13-15 балл – аъло
11-12 балл – яхши
9-10 балл – қониқарли
9дан паст балл – қониқарсиз

3-илова

Мустақил иш учун тахминий мавзулари:

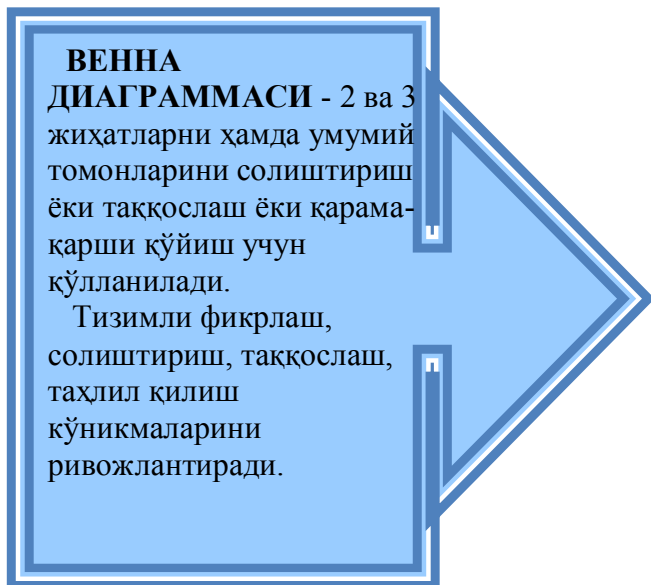
1. Туристик бозор, унинг таркиби ва вазифалари.
2. Ўзбекистонда туристик бозорни шакллантириш ва ривожлантириш.
3. Ўзбекистонда туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни такомиллаштириш.
4. Туризмда хизмат турлари.
5. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш.
6. Туризмада жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари.
7. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш.
8. Ўзбекистонда экологик туризмни ташкил этиш.

9. Ўзбекистон диний туризмни ташкил этиш.
10. Ўзбекистоннинг туристик ресурслари ва улардан самарали фойдаланиш.
11. Туризмда операторлик фирмаларнинг функциялари.
12. Туристларни овқатлантириш ва маиший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.
13. Халқаро туризмни мамлакат иқтисодиётига таъсири.
14. Туризмда транспорт хизматини ташкил этиш.
15. Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш.
16. Туристик хизмат кўрсатиш стандартлари ва сертификацияси.
17. Туристик ташкилот турлари ва уларни туризмни ривожланишидаги ўрни.
18. Туризмда экскурсия хизматини ташкил этиш.
19. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг истикболлари.
20. Туризмда ҳамкорлик алоқалари.
21. Туризмда расмийликлар тизими.
22. Туризмда ижтимоий-маданий сервисни ташкиллаштириш.
23. Туризмни ривожланишида ахборот технологияларини ўрни.
24. Туризмни ривожланишига таъсир этувчи омиллар.
25. Ўзбекистонда туристик ташкилотлар ва уларни фаолияти
26. Ўзбекистонда туристик маршрутларни ишлаб чиқиш.

4-илова

Кичик гуруҳларда ишлаш қондаси

- 1.Талабалар ишни бажариш учун зарур билим ва малакаларга эга бўлмоғи лозим.
- 2.Гуруҳларга аниқ топшириқлар берилмоғи лозим.
- 3.Кичик гуруҳ олдида қўйилган топшириқни бажариш учун етарли вақт ажратилади.
- 4.Гуруҳлардаги фикрлар чегараланмаганлиги ва тайзикқа учрамаслиги ҳақида огоҳлантирилиши зарур.
- 5.Гуруҳ иш натижаларини қандай тақдим этишини аниқ билишлари, ўқитувчи уларга йўриқнома бериши лозим.
- 6.Нима бўлганда ҳам мулоқотда бўлинг, ўз фикрингизни эркин намоён этинг.

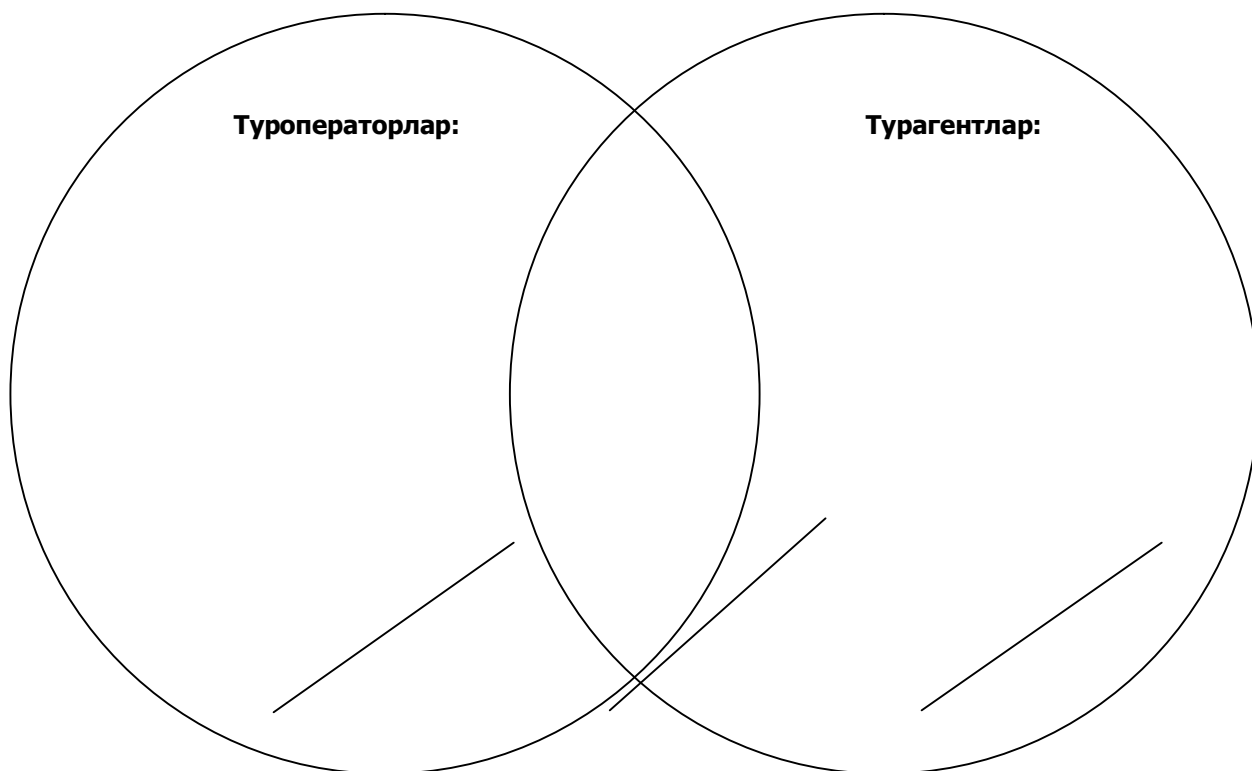


Диграмма Венна тузиш коидаси билан танишадилар. Алоҳида/кичик гурҳларда диграмма Веннани тузадилар ва кесишмайдиган жойларни (х) тўлдирадилар

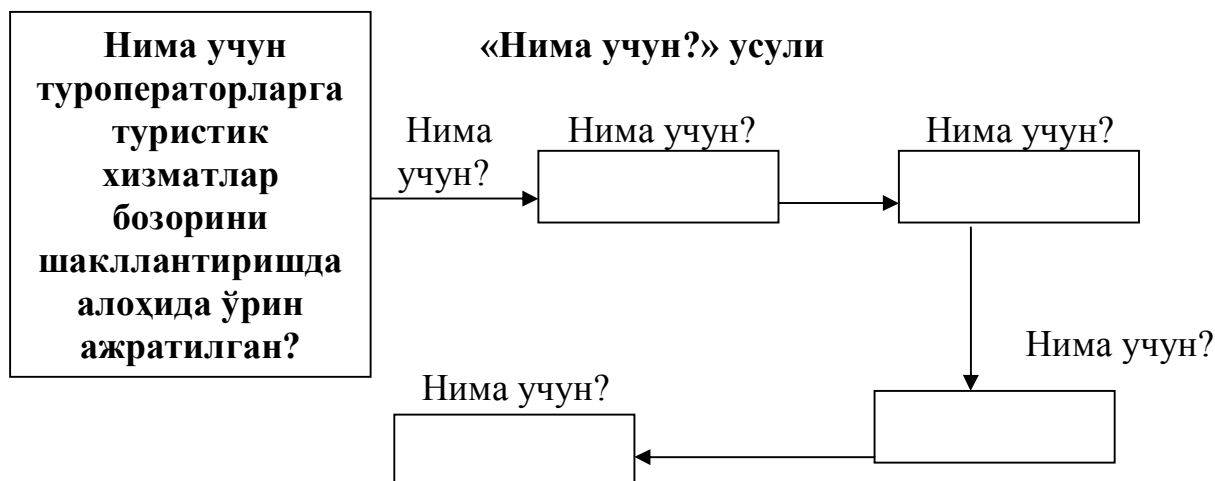
Жуфтликларга бирлашадилар, ўзларининг диаграммаларини таққослайдилар ва тўлдирадилар

Доираларни кесишувчи жойида, икки/уч доиралар учун умумий бўлган, маълумотлар рўйхатини тузади.

Туристтик бозорда туроператор ва турагентлар фаолиятларини солиштиринг:



“Нима учун?” усули-муаммонинг дастлабки сабабларини аниқлаш бўйича фикрлар занжири. Алоҳида/кичик гурҳларда муаммони ифодалядилар. “Нима учун” сўроғини берадилар ва чизадилар, шу саволга жавоб ёзадилар. Бу жараён муаммонинг дастлабки сабаби аниқланмағунича давом этади.



«ИНСЕРТ» техникасининг қоидалари:

1. Текстни ўқиб чиқинг.
2. Олинган маълумотни тизимлаштиринг.
3. Ҳар бир қаторга қалам ёрдамида белгилар қўйинг.
 - V** – маълумотлар мавзуга оид билимларимга тўғри келади.
 - +** – янги маълумотдир.
 - – олган билимларимга тўғри келмайди.
 - ?** – мени ўйлантириб қўйди, бу масала юзасидан қўшимча маълумотлар керак.

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

2-мавзу

ТУРИЗМ ХИЗМАТ БОЗОРИДА ТУРОПЕРАТОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ АСОСИЙ ФУНКЦИЯЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Талабалар сони: 20-30 та</i>	<i>Вақти: 2 соат</i>
<i>Машғулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
<i>Амалий машғулот режаси</i>	2.1. Туроператорнинг асосий функциялари. 2.2. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.
<i>Машғулотнинг мақсади:</i> Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштириш ҳамда туристик ресурсларнинг ижтимоий-иқтисодий мазмунини талабалар онгига сингдириш.	
<p style="text-align: center;"><i>Педагогик вазифалар</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • мавзуни мустақил ўрганиш учун асос яратади; • мавзу бўйича билимларни чуқур ўзлаштириш ва мустаҳкамлашга ёрдам беради; • тўғридан-тўғри ва жамоа бўлиб қўйилган муаммони таҳлил қилиб ва аниқ қарор қабул қилишга шарт-шароит яратади; • мустақил ишлаш учун имконият яратади; • ўз нуқтаи назарига эга бўлишни шакллантиради; • мантиқий хулоса чиқаришга кўмак беради. 	<p style="text-align: center;"><i>Ўқув фаолияти натижалари</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • туроператорнинг фирмада асосий функцияларини тушунтириб бера олади; • белгиланган функцияга мувофиқ туристларнинг хорижга сафарини ташкил этиш технологиясини белгилайди; • туроператор вазифалари тушунчасига эга бўлади; • қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари очиб бериш кўникмасига эга бўлади; • қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функцияларини аҳамиятини тушуниб етади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Қандай?» ва «Блиц-сўров» усуллари.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Тўғридан-тўғри, жамоа ва гуруҳларда ишлаш
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш жараёнлари вақти	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади айтади. Амалий машғулот режаси экранга чиқарилади. (1-илова). 1.2. Мустақил ишлаш учун берилган топшириқнинг назоратини ўтказди. 1.3. Талабаларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади.	Тинглайдилар. Вазифани тақдим этади. Кичик гуруҳларга бўлинади.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Гуруҳларга «Қандай?» усулидан фойдаланилган ҳолда: «Туроператор вазифаларига қандай хизматлар киради?» деб савол билан муурожаат қилади (2-илова). 2.2. Талабалар бир-бирларидан ахборотларни ўрганишиб бўлишгач, гуруҳларнинг жавоблари қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. Ғолиб гуруҳларни баҳолаш мезони орқали аниқлайди. 2.3. Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Тинглайдилар. Ахборотларни ўрганайди Жавоб беради, бахс-мунозара юритади, қўшимча қилади, хулоса чиқарадилар Жавоб беради
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради (4-илова) 3.2. 3-мавзунини ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради.	Эшитади. Эшитади, аниқлайди, ЎУМ га қарайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туроператорнинг асосий функциялари.
2. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

«Қандай?» организерини тўлдириг

Қуйидан юқорига босқичма-босқич бўйсунувчи «Қандай?» диаграммаси. Муаммо тўғрисида умумий тасавурларни олиш имконини берувчи, мантиқий саволлар занжири. Қўпгина ҳолларда муаммони ечишда «нима қилиш керак»лиги тўғрисида ўйланиб қолмаслигингиз керак. Асосан муаммо, уни ечишда «буни қандай қилиш керак?», «қандай»асосий саволлар юзага келишидан иборат бўлади. «Қандай» саволларининг изчил берилиши қуйидагилар имконини беради: муаммони ечиш нафақат бор имкониятларни, балки уларни амалга ошириш йўлларини ҳам тадқиқ қилиш.



«Блиц-сўров» саволлари:

1. Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг моҳияти нимадан иборат?
2. Туроператорнинг асосий функциялари нималардан иборат?
3. Туроператорларнинг асосий вазифалари нималардан иборат?

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

3-мавзу

ТУРИЗМ БОЗОРИ ТУШУНЧАСИ ВА ВАЗИФАЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машгулот вақти:</i> 2 соат	<i>Талабалар сони:</i> 20-30та
<i>Машгулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳ-камлашга қаратилган амалий машгулот.
<i>Амалий машгулот режаси</i>	1.Туризм бозорининг функциялари ва таркиби. 2.Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар. 3.Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.
<i>Машгулотнинг мақсади:</i> Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштириш ҳамда туризм бозори тушунчасини ва унинг вазифаларини талабалар онгига сингдириш.	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туризм бозорининг функцияларини тушунтириш; • туризм бозорининг таркиби моҳиятини тушунтириш; • туристик бозордаги талаб ва таклифларни моҳиятини баён этиш; • туризм бозорига таъсир килувчи асосий омилларни изоҳлаш; • Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолатига баҳо бериш; • Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг муаммоларини таҳлил қилиш. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туризм бозорининг моҳияти ҳақидаги билимларини мустаҳкамлайди; • туризм бозорининг таркибини тушуниб етади; • туристик бозордаги талаб ва таклифлар моҳиятини изоҳлай олади; • туризм бозорига таъсир килувчи асосий омилларни тушуниб етади; • Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолатига баҳо бериш имконига эга бўлади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Тоифалаш жадвали» ва «Блиц-суров» усуллари.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Тўғридан-тўғри, жамоа ва гуруҳларда ишлаш
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1.Ўқув машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади. Амалий машғулот режаси экранга чиқарилади. (1-илова). 1.2.Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширилишини эълон қилади 1.3. Мустақил ишлаш учун берилган топшириқнинг назоратини ўтказди.	Тинглайдилар Уйда ёзиб келган топшириқни тақдим этади
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Мавзу бўйича тайёрланган топшириқни «Тоифалаш жадвали» ёрдамида бажаради. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади. (2-илова). 2.4. Талабалар бир-бирларидан ахборотларни ўрганиб бўлишгач, улар «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова). 2.5. Гуруҳларнинг жавоблари қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди	Кичик гуруҳларга бўлинадилар. Топшириқлар устида ишлайдилар. Саволларга жавоб берадилар, баҳс-мунозара юритадилар, кўшимча қиладилар, хулоса чиқарадилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради 3.2. 3-мавзуни ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради.	Тинглайдилар. Топшириқни ёзиб оладилар ва бажариб келадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туризм бозорининг функциялари ва таркиби.
2. Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар.
3. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.

Тоифалаш жадвали

Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.

2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.

3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин эмас бу уларнинг мустақил танлови бўла қолсин.

Туристтик маҳсулот истеъмолчиларининг санокбай тавсифига кўра уч хил турдаги туризм бозорлари ажратинг:

1...	2...	3...
...

3-илова

**Мавзунини жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:**

1. Туристтик бозорнинг функциялари ва таркибини айтинг.
2. Туризм бозорига таъсир қилувчи асосий омилларни санаб беринг.
3. Оммавий туристик бозорни тушунтиринг.
4. Индивидуал туристик бозорни тушунтиринг.
5. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил этинг.

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

4-мавзу	ТУРИЗМДА ХИЗМАТЛАР ВА УЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ
----------------	--

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маишулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30та
Маишулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот
Амалий маишулот режаси	<ol style="list-style-type: none"> 1.Туристик хизматларнинг хусусиятлари. 2.Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари). 3.Хизматлар пакети. 4.Хизмат кўрсатиш дастури. 5.Хизмат етказиб берувчилар.
Маишулотнинг мақсади: Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш ҳамда туризм хизматлари ва уларнинг хусусиятлари ҳақида талабалар онгига синдириш.	
Педагогик вазифалар	Ўқув фаолияти натижалари
<ul style="list-style-type: none"> • туристик хизматларнинг хусусиятлари аҳамиятини тушунтириш; • асосий ва қўшимча хизматлар моҳиятини тушунтириб бериш; • хизмат кўрсатиш даражалари ва уларни турлари моҳиятини очиб бериш; • хизматлар пакетини тушунтириб бериш; • турпакет нархини шакллантиришни мисоллар орқали тушунтириш; • хизмат кўрсатиш дастури моҳиятини тушунтириб бериш; • хизмат етказиб берувчилар моҳиятини ёритиш. 	<ul style="list-style-type: none"> • туристик хизматларнинг хусусиятларини таҳлил этиш кўникмасига эга бўлади; • асосий ва қўшимча хизматлар моҳиятини очиб бера олади; • хизмат кўрсатиш даражалари ва уларни турлари тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • хизматлар пакетини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • турпакет нархини шакллантиришни мисоллар орқали аҳамиятини ёритиб бера олади; • хизмат кўрсатиш дастури ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизмат етказиб берувчилар ҳақида тасавурга эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар, амалий ишлаш усули, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Кандай?» усули.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади(1-илова). 1.2. Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади ва тартибини тушунтиради. (2-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. «Қандай?» усулидан фойдаланилган ҳолда талабаларга «Хизматлар пакети қандай хизматларни ўз ичига олади?» деган савол билан мурожаат қилади. Бажарилган ишларни кўздан кечириб хулосалайди (3-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни ватман қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишида ёрдам беради. 2.4. Қўшимча маълумотлардан фойдаланишига имкон яратади, керакли томонга йўналтиради ва изоҳ беради. 2.5.Гуруҳларнинг жавобларини тинглаб, уларни баҳолайди.	Кичик гуруҳларга бўлинадилар. Органайзерни тўлдирадидилар. Тақдимот ўтказадилар. ЎУМ га қарайдилар. Тинглайдилар.
III.Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1.Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2. 4-мавзуни ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради.	Тинглайдилар. Топшириқни ёзиб олади.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Туристтик хизматларнинг хусусиятлари.
- 2.Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).
- 3.Хизматлар пакети.
- 4.Хизмат кўрсатиш дастури.
- 5.Хизмат етказиб берувчилар.

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИ ОЛИБ БОРИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

5-мавзу

ТУРИСТЛАРГА ХИЗМАТ КЎРСАТИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машгулот вақти</i> -2 соат	<i>Талабалар сони:</i> 20-30 та
<i>Машгулот шакли</i>	Муаммоли семинар
<i>Амалий машгулот режаси</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Турхизматларни лойиҳалаш. 2. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти. 3. Хизмат кўрсатиш анимацияси. 4. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.
<i>Машгулотнинг мақсади:</i> Талабаларда туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш тўғрисида билимларни мустаҳкамлашини таъминлашдан иборат.	
<p style="text-align: center;"><i>Педагогик вазифалар:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • турхизматларни лойиҳалашнинг моҳиятини тушунтириб бериш; • хизмат кўрсатиш стратегияси аҳамиятини ёритиб бериш; • хизмат кўрсатиш менежментини тушунтириш; • хизмат кўрсатиш анимацияси ҳақида тушунча бериш; • хизмат кўрсатиш сифати ҳақида маълумот бериш; • туроператор иши сифати кўрсаткичлари тушунтириб бериш; • хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш йўлларини тушунтириш. 	<p style="text-align: center;"><i>Ўқув фаолияти натижалари:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • турхизматларни лойиҳалашнинг белгиларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • хизмат кўрсатиш стратегияси аҳамиятини ёритиб бера олади; • хизмат кўрсатиш менежменти ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизмат кўрсатиш анимацияси ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизмат кўрсатиш сифати ҳақида тушунчага эга бўлади; • туроператор иши сифати кўрсаткичлари ҳақида тасавурга эга бўлади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Сухбат, мунозара, муаммоли усул, “Нилуфар гули” усули.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Оммавий, жамоавий, гуруҳли.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маъруза матни, А4 ўлчамдаги қоғозлар, маркерлар, скоч, ўқув материаллар.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Гуруҳларда ишлашга мўлжалланган хона.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат: тезкор-сўров

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	<p>1.1. Мавзунинг номи, мақсад ва кутилаётган натижаларни етказди. Машғулот муаммоли семинар шаклида боришини маълум қилади. (1- илова).</p> <p>1.2. Талабалар билимини суҳбат шаклида фаоллаштиради. Билимларни фаоллаштириш жараёнида ўқув муаммосини ечиш бўйича изланувчилик фаолиятида фаол иштирок этишлари учун талабаларнинг эгаллаган билимларини етарлилигини аниқлайди</p>	<p>Тинглайдилар ёзиб оладилар</p> <p>Саволларга жавоб берадилар.</p>
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	<p>2.1. Муаммоли топшириқни бажариш учун талабаларни 3-4та кичик гуруҳга бўлади.</p> <p>2.2. Талабаларга “Янги анимацион дастурлар кам ташкил этилишига сабаб?” саволи билан мурожаат қилади. Муаммони ечиш учун “Нилуфар гули” чизмасидан фойдаланади. Чизмани тўлдириш қоидасини тушунтиради. (2- илова).</p> <p>2.3. Такдимот бошланганлигини маълум қилади, гуруҳлар чиқишларини бошқаради. Такдимот вақтида жавобларга изоҳ беради, тўғри ечимларга эътибор беради, хатоларни кўрсатади. Сўнгра жавобларни муҳокама қилиб, талабаларни уни ечиш йўлини излашга, яъни биринчи оралиқ хулосага олиб келади. Шу тарзда кейинги муаммоларни ечиш йўллари излашни ташкиллаштиради. Талабалар билан биргаликда жавоблар тўлиқлигини баҳолайди, саволларга жавоб беради.</p> <p>2.4. Такдимот якунлайди, муаммони ечишда юзага келган қийинчиликларни кўрсатади.</p>	<p>Гуруҳларга бўлинади.</p> <p>Муаммони ечиш бўйича фикрлар билдира-дилар, мунозара қиладилар, таҳлил қиладилар, хулоса чиқарадилар.</p> <p>Гуруҳ вакиллари такдимот қиладилар, якуний хулосани берадилар.</p> <p>Тинглайдилар</p>
III. Якуний босқич (10 дақиқа)	<p>3.1. Мавзу бўйича якун қилади, қилинган аҳамиятга эга эканлиги муҳимлигига талабалар эътиборини қаратади.</p> <p>3.2.6-мавзуни ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради</p>	<p>Тинглайдилар</p> <p>Топшириқни ёзадилар</p>

Машғулот режаси:

- 1.Турхизматларни лойиҳалаш.
- 2.Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти.
- 3.Хизмат кўрсатиш анимацияси.
- 4.Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

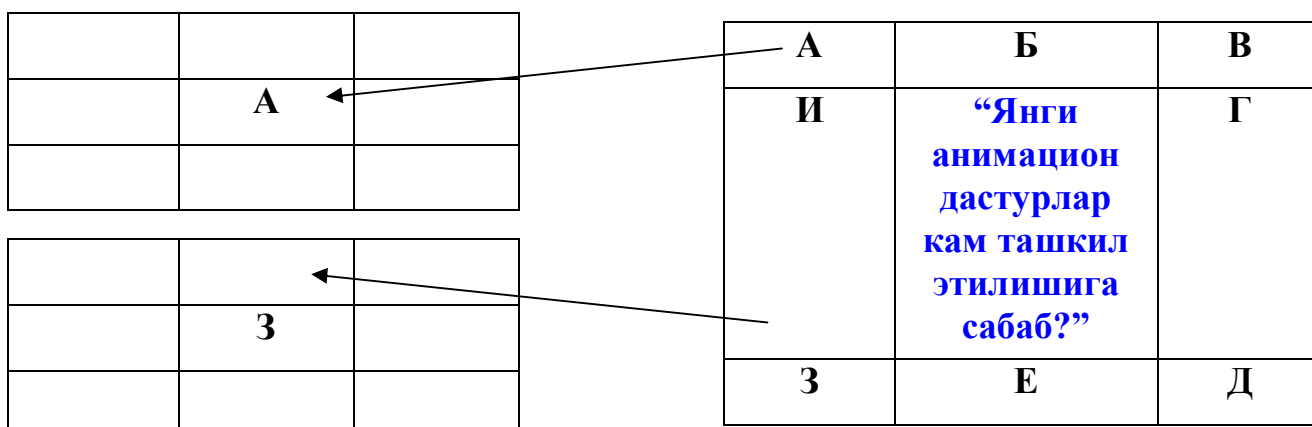
“НИЛУФАР ГУЛИ” чизмаси

Муаммони ечиш воситаси. Ўзида нилуфар гули кўринишини намоён қилади. Унинг асосини тўққизта катта тўрт бурчаклар ташкил этади. Тизимли фикрлаш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради ва фаоллаштиради .

Чизмани тузиш қоидаси билан танишадилар. Алоҳида/кичик гуруҳларда чизма тузадилар: аввал асосий муаммони (ғоя, вазифа) ёзадилар, сўнгра кичик муаммоларни, уларнинг ҳар биридан эса, кичик муаммони батафсил кўриб чиқиш учун “кичик шохчаларни” чиқарадилар. Шунга асосан ҳар бир ғоялар ривожланишини батафсил кузатиш мумкин.

Амалий нуқтаи назардан барча ғояларни ихчам деб тасаввур қилинг (битта-иккитаси билан чегараланинг), бу ҳам ақл учун фойдали машқ ҳисобланади.

Сизга катта қоғоз варағи зарур бўлади. Доимо ўзингиз мушоҳадаларингиз натижасини бир варақ қоғозда кўриш фойдали ҳисобланади. Қарама-қарши ҳолда эса сизга бир варақдан бошқасига сакраб юришингизга ва бунда зарурий бирор муҳим нарсани унутишингизга олиб келади.



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

6-мавзу	ТУРИЗМДА ЖОЙЛАШТИРИШ ВА ОВҚАТЛАНТИРИШ ХИЗМАТЛАРИ
----------------	---

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машғулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Машғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий машғулот режаси	<ol style="list-style-type: none"> 1. Туристларни жойлаштириш воситалари. 2. Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари. 3. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.
Машғулотнинг мақсади: Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари моҳияти ва турлари ҳақида талабалар билимларини чуқурлаштиришни таъминлаш.	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туристларни жойлаштириш воситалари моҳиятини тушунтириш; • туристларни жойлаштириш воситалари турларини ёритиб бериш; • меҳмонхоналар таснифини тушунтириб бериш; • меҳмонхона турлари ҳақида маълумот бериш; • туризмда овқатлантириш хизматларини ёритиб бериш; • туризмда овқатлантиришни ташкил этишни тушунтириб бериш. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туристларни жойлаштириш воситалари моҳиятини тушунтириш имконига эга бўлади; • туристларни жойлаштириш воситалари турларини ёритиб бера олади; • меҳмонхоналар таснифини тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади; • меҳмонхона турлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • туризмда овқатлантириш хизматлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • туризмда овқатлантиришни ташкил этиш тасаввурига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар, амалий ишлаш, «Тоифалаш жадвали» усули.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Савол-жавоб, мустақил ишлаш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова). 1.2. Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМга қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларнинг фикрини умумлаштириб, уларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Мавзу бўйича тайёрланган топширикни «Тоифалаш жадвали» ёрдамида бажаради. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади. (2-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, изоҳлайди, билимларини умумлаштиради, топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Ҳар бир гуруҳ берилган топшириқларнинг тақдимотини ўтказадилар. 2.5. Талабалар томонидан берилган фикрларни умумлаштириб, ягона хулоса чиқаради ва баҳолайди.	Кичик гуруҳларга бўлинади. Баҳс-мунозара юритадилар, топширикни бажарадилар. Ҳар бир гуруҳ ватман қоғозларда вазифани бажаради. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, хулоса чиқарадилар. Баҳолайдилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Тинглайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туристларни жойлаштириш воситалари.
2. Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари.
3. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

Тоифалаш жадвали

Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.

2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.

3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин қил танлови бўла қолсин.

Меҳмонхона турлари

Меҳмонхона турлари		
<i>1...</i>	<i>2...</i>	<i>3...</i>
...

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

7-мавзу

ТРАНСПОРТ ХИЗМАТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Машгулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Машгулот режаси	<ol style="list-style-type: none"> 1. Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни. 2. Туристлик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши. 3. Автобусларда туристларни ташиш. 4. Денгиз транспортида туристларни ташиш. 5. Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.
Машгулотнинг мақсади: Талабаларга транспорт хизматини ташкил этиш моҳияти ва турларини бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни тўғрисида тушунча бериш; • туристик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши тўғрисида маълумот бериш; • автобусларда туристларни ташиш имкониятларини ёритиб бериш; • денгиз транспортида туристларни ташиш ҳақида маълумот бериш; • туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш имкониятларини ҳақида тушунча бериш. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни тўғрисида тушунчага эга бўлади; • туристик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши ҳақида тасаввурга эга бўлади; • автобусларда туристларни ташиш имкониятлари тўғрисида маълумот бера олади; • денгиз транспортида туристларни ташиш имкониятларини ёритиб бериш имконига эга бўлади; • туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташишни тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, «Венна диаграммаси» усули.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсад ва ўқув фаолияти натижаларини айтади. (1-илова). 1.2. Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМга қарайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Баҳолаш кўрсаткичи ва мезонлари билан таништиради (2-илова). 2.3. Гуруҳларга «Венна диаграммаси» усулидан фойдаланилган ҳолда, машғулот режасидаги 1 ва 2 саволларни ёритиб беришни сўрайди. (3-илова). 2.4. Иш бошланганлигини эълон қилади, ҳар бир гуруҳ топшириқларни тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, талабаларнинг билимларини умумлаштиради, хулосаларга эътиборини қаратади.	Кичик гуруҳларга бўлинадилар. Тинглайдилар. Топшириқни бажарадилар. Тақдимот ўтказадилар, кўшимчалар киритадилар, хулоса чиқарадилар.
III.Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. Топшириқни ёзиб оладилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни.
- 2.Туристлик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши.
- 3.Автобусларда туристларни ташиш.
- 4.Денгиз транспортида туристларни ташиш.
- 5.Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.

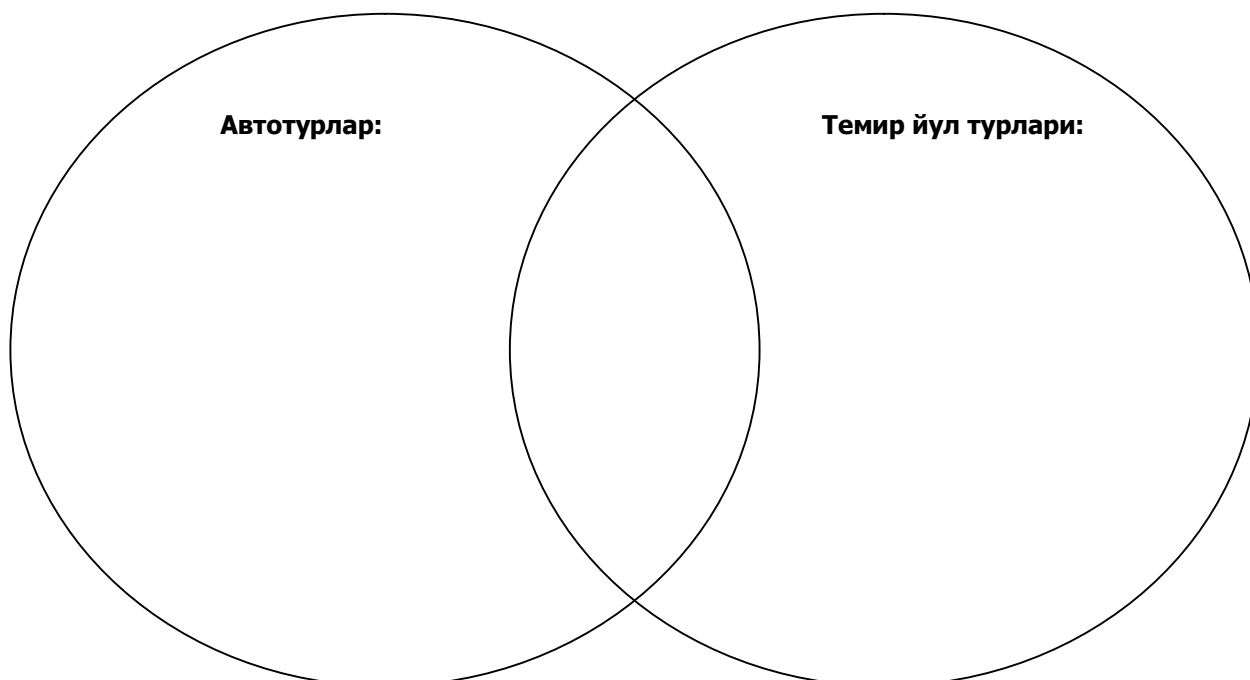
ВЕННА
ДИАГРАММАСИ - 2 ва 3 жиҳатларни ҳамда умумий томонларини солиштириш ёки таққослаш ёки қарама-қарши қўйиш учун қўлланилади.
Тизимли фикрлаш, солиштириш, таққослаш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради.

Диграмма Венна тузиш қоидаси билан танишадилар. Алоҳида/кичик гурҳларда диграмма Веннани тузадилар ва кесишмайдиган жойларни (х) тўлдирадилар

Жуфтликларга бирлашадилар, ўзларининг диаграммаларини таққослайдилар ва тўлдирадилар

Доираларни кесишувчи жойида, икки/уч доиралар учун умумий бўлган, маълумотлар рўйхатини тузади.

Ташкиллаштирилаётган турларда транспорт воситаларининг солиштиринг:



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИ ОЛИБ БОРИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

8-мавзу

ТУРИСТИК МАРШРУТЛАРНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Маиғулот вақти:</i> 2 соат	<i>Талабалар сони:</i> 20-30 та
<i>Маиғулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
<i>Амалий маиғулот режаси</i>	1.Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча. 2.Туристтик маршрутнинг келиб чиқиши. 3.Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар. 4.Туристтик маршрутларда хизмат кўрсатиш.
<i>Маиғулотнинг мақсади:</i> туристик маршрутларни ишлаб чиқишнинг моҳиятини масалалари бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
<p>Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маршрутлар ва туризм маршрути тушунчасини ёритиб бериш; • туристик маршрутнинг келиб чиқиши ва турларини тушунтириб бериш; • турларнинг хиллари ҳақида маълумот бериш; • туристик маршрутлар шаклланишини тушунтириш; • туристик маршрутларда хизмат кўрсатишни ташкил этиш тўғрисида маълумот бериш. 	<p>Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • маршрутлар ва туризм маршрути тўғрисида тасаввурга эга бўлади; • туристик маршрутнинг келиб чиқиши ва турларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • турларнинг хиллари ҳақида маълумотга эга бўлади; • туристик маршрутлар шаклланишини тушуниб олади; • туристик маршрутларда хизмат кўрсатишни ташкил этиш моҳиятини тушунтириб бериш қобилияти шаклланади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Баҳс-мунозара, “ФСМУ” ва “Блиц-сўров” усуллари.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижа-ларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Туризм маршрути ҳақида тушунча беринг” саволига талабалар “ФСМУ” усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол катнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар. Жавоб беради.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча.
- 2.Туристик маршрутнинг келиб чиқиши.
- 3.Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар.
- 4.Туристик маршрутларда хизмат кўрсатиш.

“ФСМУ” усули

Ушбу технология тингловчиларни ўз фикрини ҳимоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очиқ ҳолда баҳслашишга, эгалланган билимларни таҳлил қилишга, қай даражада эгаллаганликларини баҳолашга ҳамда тингловчиларни баҳслашиш маданиятига ўргатади.

(Ф) – Фикрингизни баён этинг.

(С) – Фикрингиз баёнига бирон сабаб кўрсатинг.

(М) – Кўрсатилган сабабни тушунтирувчи мисол келтиринг

(У) – Фикрингизни умумлаштиринг

САВОЛ	Туризм маршрути ҳақида тушунча беринг
Ф Фикрингизни баён этинг.	
С Фикрингизни баёнига бирор сабаб кўрсатинг.	
М Кўрсатилган сабабни тушунтирувчи мисол келтиринг.	
У Фикрингизни умумлаштиринг.	

Мавзунини жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:

1. Туристтик маршрутнинг келиб чиқишини изоҳланг.
2. Туристтик маршрутларнинг турларини санаб беринг.
3. Туристтик маршрутларда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изоҳланг.
4. Туристтик маршрутларда экскурсия хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изоҳланг

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

9-мавзу

ТУРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА ТАШКИЛ ЭТИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Маишулот вақти:</i> 2 соат	<i>Талабалар сони:</i> 20-30 та
<i>Маишулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
<i>Амалий маишулот режаси</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Тур тушунчаси. 2. Турларни режалаштириш ва шартномали режа. 3. Саёҳатларни лойиҳалаштириш.
<i>Маишулотнинг мақсади:</i> Турларни шакллантириш ва ташкил этиш тўғрисида билим ва кўникмалар масалалари бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • тур тушунчаси моҳиятини ёритиб бериш; • индивидуал ва гуруҳли турлар ҳақида маълумот бериш; • туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологиясини тушунтириб бериш; • турларни режалаштириш кераклигини тушунтириш; • туроператорлик фаолиятида шартноманинг аҳамиятини тушунтириш; • саёҳатларни лойиҳалаштириш ҳақида тушунча бериш. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • тур тушунчасини тушунтириб бера олади; • индивидуал ва гуруҳли турларни тушунтириш имконига эга бўлади; • туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси ҳақида тасаввурга эга бўлади; • турларни режалаштиришни тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади; • туроператорлик фаолиятида шартноманинг аҳамиятини ёритиб бера олади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Баҳс-мунозара, «Балиқ скелети» усули.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га карайдилар
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1.Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. “Туристтик маҳсулотнинг истеъмолчилик хусусиятлари ажратиб кўрсатинг” муаммосини “Балиқ скелети” усули ёрдамида ҳал этишади (2-илова). 2.2. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни ватман-коғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Гуруҳларга ажралади. Топшириқни бажарадилар. Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

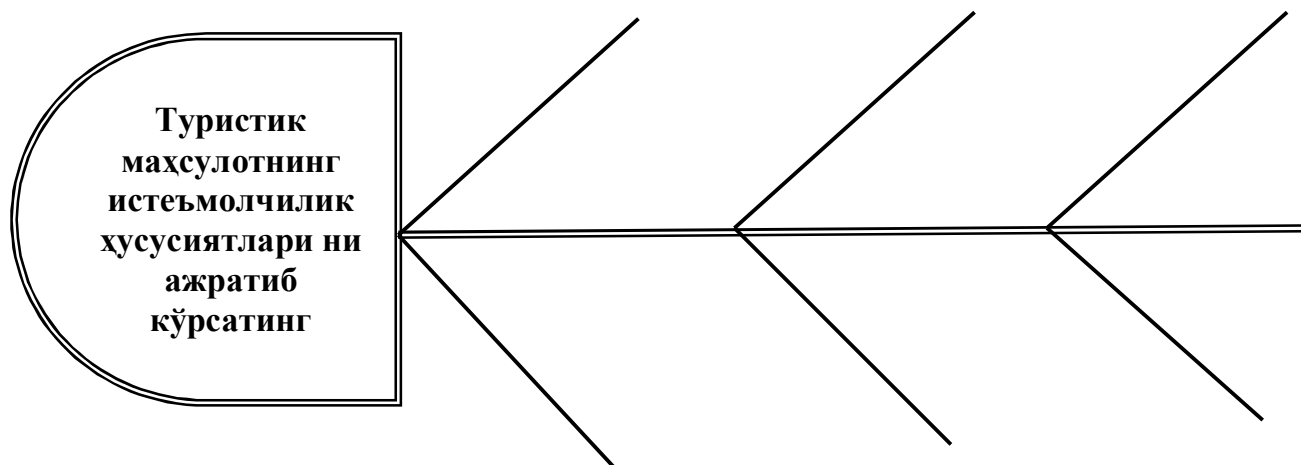
- 1.Тур тушунчаси.
- 2.Турларни режалаштириш ва шартномали режа.
- 3.Саёҳатларни лойиҳалаштириш.

“Балиқ скелети” усули

Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради.

Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради. Чизмани тузиш қондаси билан танишадилар. Алоҳида кичик гуруҳларда юқори “суягида” кичик муаммони ифодалайди, пастда эса, ушбу кичик муаммолар мавжудлигини тасдиқловчи далиллар ёзилади.

Кичик гуруҳларга бирлашадилар, таққослайдилар, ўзларининг чизмларини тўлдирдилар. Умумий чизмага келтирадилар.



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

10-мавзу

ТУРОПЕРАТОРНИНГ ХАЛҚАРО ТУРЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машгулот вақти: 2 соат</i>	<i>Талабалар сони: 20-30та</i>
<i>Машгулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машгулот
<i>Амалий машгулот режаси</i>	1.Халқаро турларни ташкил этиш. 2.Туристлик агентликлар иш технологияси ва функциялари. 3.Туристлик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли.
<i>Машгулотнинг мақсади:</i> Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш.	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • халқаро турларнинг моҳиятини тушунтириш; • туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштиришни тушунтириш; • туристик агентликлар иш технологияси ҳақида маълумот бериш; • туристик агентликлар функцияларини тушунтириб бериш; • туроператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрнини ёритиб бериш; • туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва ролини ёритиш. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • халқаро турларнинг моҳиятини тушунтириб бера олади; • туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш ҳақида маълумот бера олади; • туристик агентликлар иш технологияси тушунтириб бериш қобилияти шаклланади; • туристик агентликлар функцияларини ёритиш имконига эга бўлади; • туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли ҳақида тасаввурга эга бўлади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Топшириқлар, амалий ишлаш усули, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Муаммоли вазият» усули
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова). 1.2. Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. «Муаммоли вазият» усули учун тайёрланган топшириқларни тарқатади. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Қўшимча маълумотлардан фойдаланишга имкон яратади. (2-илова). 2.3. Талабаларнинг машғулотдаги фаолиятини баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари билан таништиради (3-илова). 2.4. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Кичик гуруҳларга бўлинадилар. Фаол қатнашадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўт-казадилар, қўшимчалар қиладилар, хулоса чиқарадилар. Баҳолайдилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2. Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. Топшириқни ёзиб олади.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Халқаро турларни ташкил этиш.
2. Туристтик агентликлар иш технологияси ва функциялари.
3. Туристтик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли.

«Муаммоли вазият» усули

№1-эксперт гуруҳи учун топширик	Турни лойиҳалаштириш деганда нимани тушунасиз?
№2-эксперт гуруҳи учун топширик	Тур қандай қонун ҳужжатлари билан аниқланади?
№3-эксперт гуруҳи учун топширик	Туристларга хизмат кўрсатиш жараёнида қўйиладиган талабларни деталлаштирадиган ҳужжатлар ичига нималар киради?
№4-эксперт гуруҳи учун топширик	Тур қандай лойиҳалштирилади ва қандай ҳужжатлар билан расмийлаштирилади?

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

11-мавзу	ТУРОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТЛАРИДА ТУРИСТЛАР ХАВФСИЗЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ
-----------------	--

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Талабалар сони: 20-30 та	Вақти: 2 соат
Маиғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустақамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий маъруза режаси	<ol style="list-style-type: none"> 1.Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш. 2.Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари 3.Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш. 4.Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.
Маиғулотнинг мақсади: Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлашнинг моҳиятини талабалар онгига сингдириш.	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туристлар хавфсизлигини қонун йўли ҳимоя қилишни тушунтириш; • туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатларини ёритиш; • хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштиришни тушунтириб бериш; • Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларини тушунтириш. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туристлар хавфсизлигини қонун йўли ҳимоя қилишни тушунтириб бера олади; • туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштиришни тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларини тушунтира олади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Қандай?» ва “Блиц-сўров» усуллари
Таълим бериш шакллари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш воситалари	Тўғридан-тўғри, жамоа ва гуруҳларда ишлаш
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади айтади. Амалий машғулот режаси экранга чиқарилади (1-илова). 1.2. Мустақил ишлаш учун берилган топшириқнинг назоратини ўтказди. 1.3. Талабаларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади.	Тинглайдилар. Уйга вазифани тақдим этади. Кичик гуруҳларга бўлинади.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Гуруҳларга «Қандай?» усулидан фойдаланилган ҳолда: «Туристлик фаолият объектларининг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилинишига қандай эришиш мумкин?» деб савол билан мурожаат қилади (2-илова). 2.2. Талабалар бир-бирларидан ахборотларни ўрганишиб бўлишгач, гуруҳларнинг жавоблари қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. Ҳолиб гуруҳларни баҳолаш мезони орқали аниқлайди. 2.3. Талабаларнинг «Блиц-сўров» сўров орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Тинглайдилар. Топшириқлар устида ишлайдилар Жавоб беради, баҳс-мунозара юритади, кўшимча қилади, хулоса чиқарадилар Жавоб беради
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2. 11-мавзунини ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради.	Эшитади Эшитади, аниқлайди, ЎУМ га қарайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

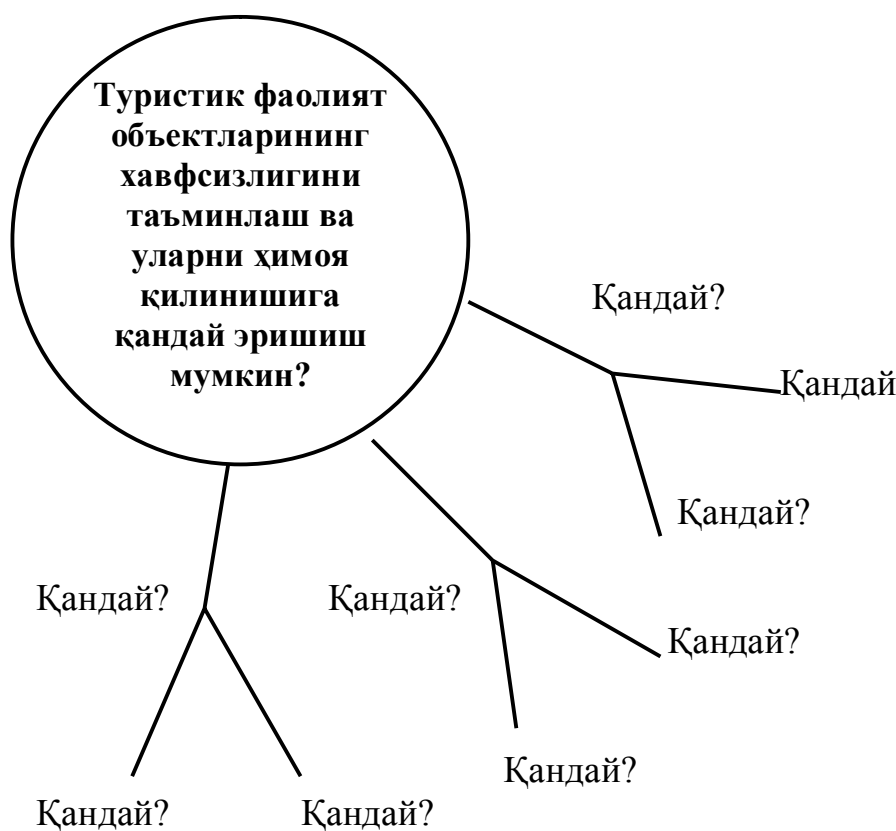
Маъруза режаси:

1. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.
2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари
3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.
4. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

«Қандай» усули

Қуйидан юқорига босқичма-босқич бўйсунувчи “Қандай?” диаграммаси Муаммо тўғрисида умумий тасавурларни олиш имконини берувчи, мантиқий саволлар занжири. Кўпгина ҳолларда муаммони ечишда “нима қилиш керак”лиги тўғрисида ўйланиб қолмаслигингиз керак. Асосан муаммо, уни ечишда “буни қандай қилиш керак?”, “қандай?” асосий саволлар юзага келишидан иборат бўлади. “Қандай” саволларининг изчил берилиши куйидагилар имконини беради: муаммони ечиш нафақат бор имкониятларни, балки уларни амалга ошириш йўллари хам тадқиқ қилиш.

«Қандай» организерини тўлдириг



«Блиц-сўров» саволлари:

1. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш деганда нимани тушунаси?
2. Туристлар хавфсизлигини ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш борасида ЖТТ экспертлари қандай таклифлар берадилар?
3. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатларини изоҳланг.
4. Туризмда зарарли омиллар қандай тавсифланади?
5. Туризмда ўзига хос хавф – хатар омиллари қайсилар?
6. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларига мисол келтириг.

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

12-мавзу

ТУРОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТЛАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШДА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машгулот вақти:</i> 2 соат	<i>Талабалар сони:</i> 20-30 та
<i>Машгулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
<i>Машгулот режаси</i>	1. Туризмда ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳияти. 2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш. 3. Туризмда Интернет технологиялар.
<i>Машгулотнинг мақсади:</i> Талабаларда туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологияларини ўрни ва моҳияти масалалари бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туризмда ахборот технологиялари ҳақида тушунча бериш; • туризмда ахборот технологиялари турлари ҳақида тушунча бериш; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш тарихини ёритиш; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш хусусиятларини ёритиш; • туризмда Интернет технологияларнинг ўрнини тушунтириб бериш. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туризмда ахборот технологиялари ҳақида тушунчага эга бўлади; • туризмда ахборот технологиялари турлари ҳақида тушунчага эга бўлади; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш тарихи ҳақида тасаввурга бўлади; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш хусусиятларини тушунтира олади; • туризмда Интернет технологияларнинг ўрнини тушунтириб бериш имконига эга бўлади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Баҳс-мунозара, “ФСМУ” ва “Блиц-сўров” усуллари.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади. (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Туризмда ахборот технологиялари аҳамияти” саволига талабалар “ФСМУ” усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол катнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар. Жавоб беради
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2. Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туризмда ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳияти.
2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш.
3. Туризмда Интернет технологиялар.

ФСМУ усули

Ушбу технология мунозарали масалаларни хал этишда хамда ўқув жараёнини бахс-мунозарали ўтказишда қўлланилади, чунки бу технология талабаларни ўз фикрини химоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очик холда бахслашишга хамда шу билан бирга бахслашиш маданиятини ўратади. Тингловчиларга тарқатилган оддий қоғозга ўз фикрларини аниқ ва қисқа холда ифода этиб, тасдиқловчи далиллар ёки инкор этувчи фикрларни баён этишга ёрдам беради.

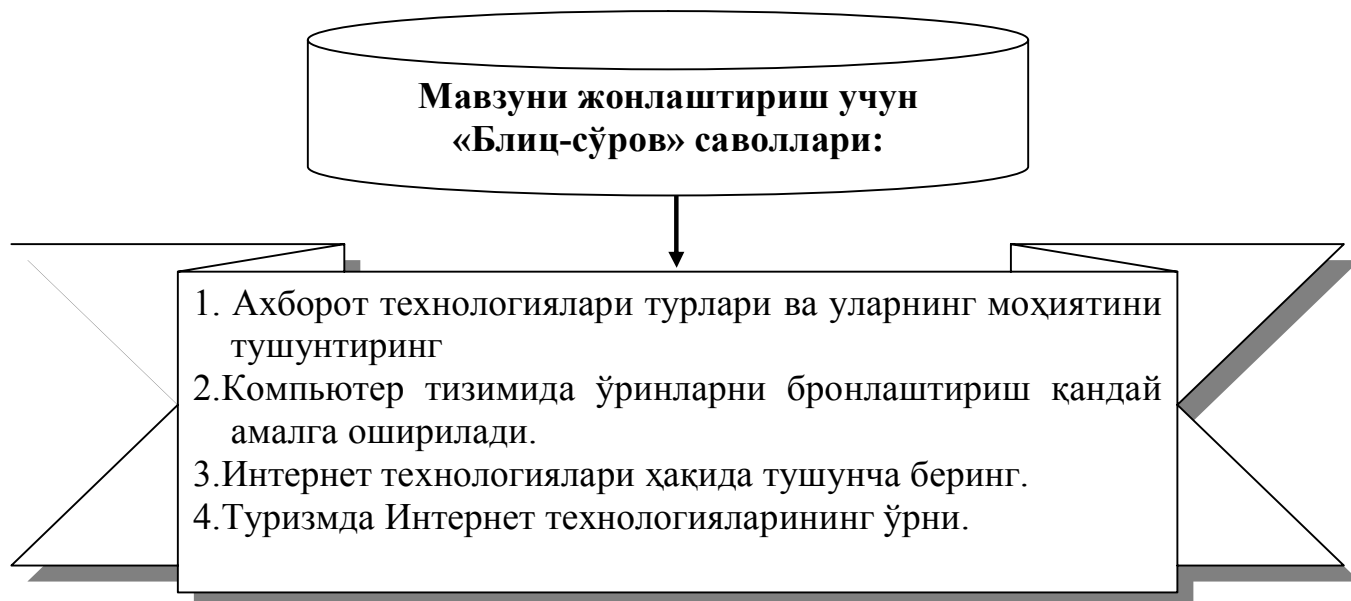
Ф – фикрингизни баён этинг

С – фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг

М – кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг

У – фикрингизни умумлаштиринг

Савол	“ТУРИЗМДА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ АҲАМИЯТИ”
(Ф)Фикрингизни баён этинг	
(С)Фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг	
(М)Кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг	
(У)Фикрингизни умумлаштиринг	



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

13-мавзу

ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ СОТИШНИНГ АСОСИЙ ШАКЛЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машгулот вақти: 2 соат</i>	<i>Талабалар сони: 20-30 та</i>
<i>Машгулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машгулот.
<i>Амалий машгулот режаси</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Туристлик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш. 2. Туристлик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги. 3. Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни. 4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.
<i>Машгулотнинг мақсади:</i> Талабаларга туристик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари тўғрисида билимларини чуқурлаштиришни таъминлаш.	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туристик хизматларни сотиш каналлари ҳақида тушунча бериш; • туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш ҳақида тушунча бериш; • туристик маҳсулотни сотишнинг асосий шакллари тавсифномаси моҳиятини тушунтириш; • туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлигини тушунтириш; • турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёнини мисоллар орқали тушунтириб бериш; • сотиш бўйича ҳамкорларни танлашни таҳлил этиш. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • туристик хизматларни сотиш каналлари ҳақида тушунчага эга бўлади; • туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантиришни тушунтириб бера олади; • туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлигини ҳақида тасаввурга эга бўлади; • турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёнини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • сотиш бўйича ҳамкорларни танлашни тушунтира олади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Кичик гуруҳларда ишлаш, баҳс-мунозара, “Тоифалаш” жадвали ва “Нима учун?” усуллари.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова). 1.2. Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМга қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларнинг фикрини умумлаштириб, уларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Мавзу бўйича тайёрланган топшириқни «Тоифалаш жадвали» ёрдамида бажаради. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади (2-илова). 2.3. «Нима учун?» усулидан фойдаланилган ҳолда талабаларга, «Нима учун туроператор турагентни диққат билан танлаши керак?» деган савол билан мурожаат қилади. Бажарилган ишларни кўздан кечириб хулосалайди. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади (3-илова). 2.4. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, изоҳлайди, билимларини умумлаштиради, Топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Кичик гуруҳларга бўлинади. Бахс-мунозара юритадилар, топшириқни бажарадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, хулоса чиқарадилар. Баҳолайдилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Тинглайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туристлик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.
2. Туристлик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги.
3. Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни.
4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.

Тоифалаш жадвали

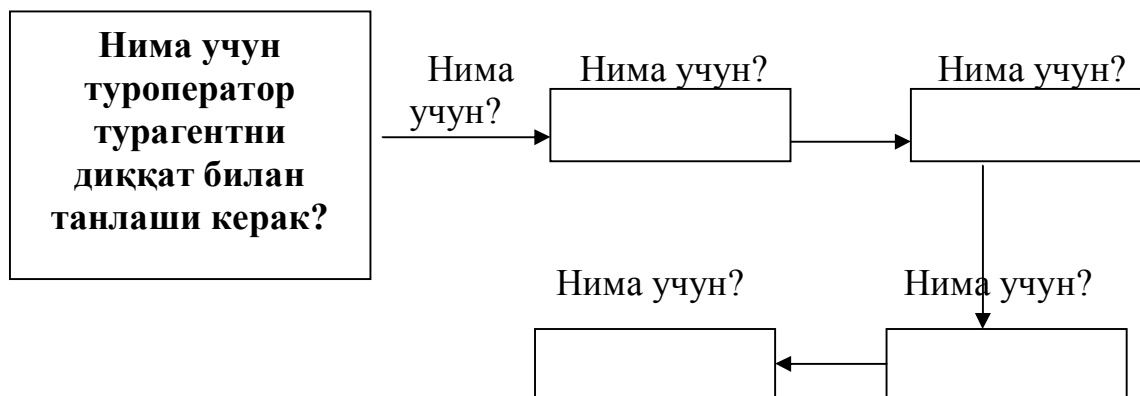
1. Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.
2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.
3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин эмас бу уларнинг мустақил танлови бўла қолсин.

Сотишларнинг ҳар қандай шакли ва кўринишида ҳамма вақт ҳар бири инглиз алфавитининг «P» ҳарфи билан бошланадиган етти маркетинг тадбирлари кетма-кетлиги:

P...	P...	P...	P...	P...	P...	P...
...
...
...

3-илова

“Нима учун?” усули -муаммонинг дастлабки сабабларини аниқлаш бўйича фикрлар занжири. Алоҳида кичик гуруҳларда муаммони ифодалайдилар. “Нима учун” сўроғини берадилар ва чизадилар, шу саволга жавоб ёзадилар. Бу жараён муаммонинг дастлабки сабаби аниқланмагунича давом этади.



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

14-мавзу

ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ РЕКЛАМА ҚИЛИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машгулот вақти: 2 соат</i>	<i>Талабалар сони: 20-30 та</i>
<i>Машгулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машгулот.
<i>Амалий машгулот режаси</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Туризмда рекламанинг аҳамияти. 2. Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш. 3. Реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни назорат қилиш.
<i>Машгулотнинг мақсади:</i> Талабаларда туроператорлик хизматларини ташкил этишда туристик маҳсулотларни реклама қилиш тўғрисида билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш.	
<p style="text-align: center;">Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рекламанинг вазифаси ҳақида тушунча бериш; • туризмда рекламанинг аҳамияти ҳақида тушунча бериш; • туризмда рекламанинг мақсадларини моҳиятини очиб бериш; • реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлашнинг моҳиятини тушунтириш; • реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни тушунтириш. 	<p style="text-align: center;">Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • рекламанинг вазифаси ҳақида тушунчага эга бўлади; • туризмда рекламанинг аҳамиятини тушунтириб бера олади; • туризмда рекламанинг мақсадлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлашни тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни тушунтира олади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Баҳс-мунозара «Кластер» ва «Блиц-сўров» усуллари.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га карайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Туризмда рекламанинг мақсадлари” саволига талабалар “Кластер» усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3.Хар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол катнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. ЎУМ га карайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

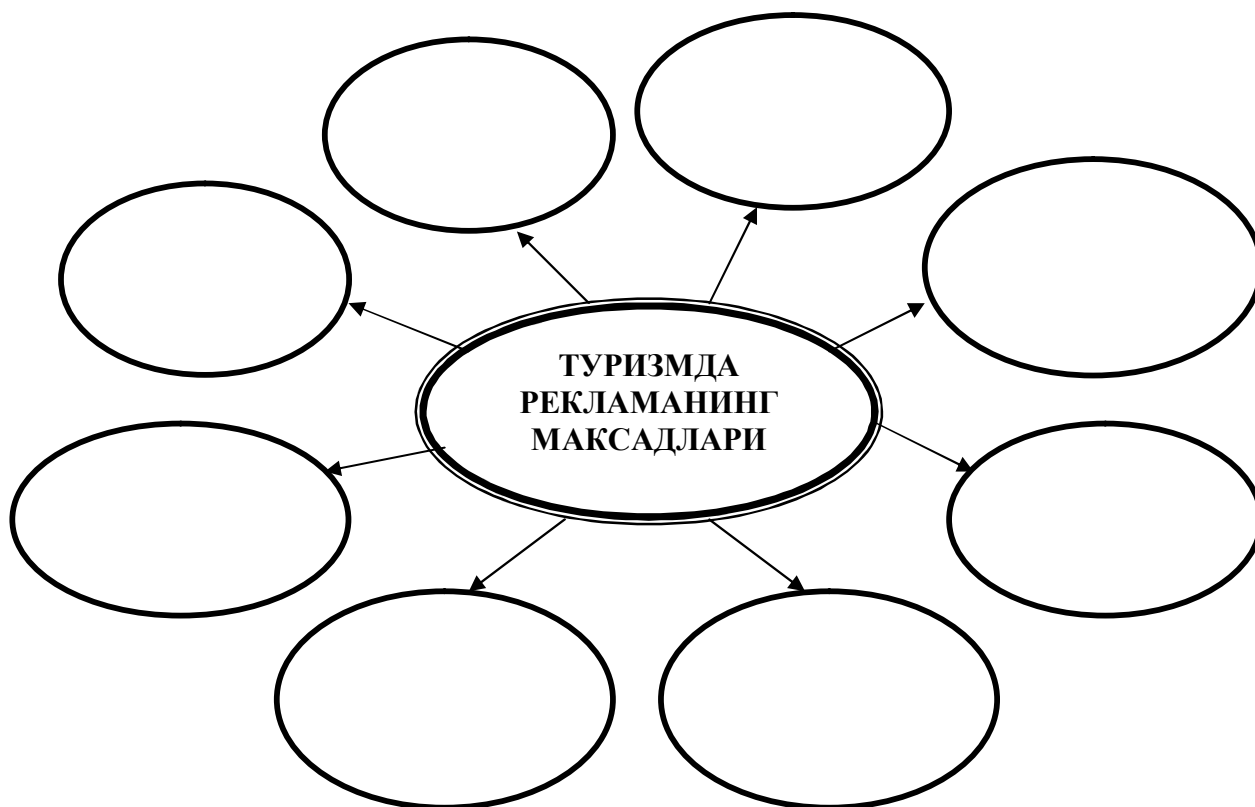
1. Туризмда рекламанинг аҳамияти.
- 2.Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.
- 3.Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш.

“Кластер” усулини тузиш қондаси

- Ақлга келган барча фикрни ёзиш.
- Ғояни сифатини муҳокама этмаслик.
- Орфографик ва бошқа жиҳатларга эътибор бермаслик.
- Ажратилган вақт тугмагунча ёзувни тўхтатмаслик.
- Ғоялар сони ва ўзаро алоқадорлигига эътибор бериш.

Кластер усулининг қондаси:

- Кластер – парчаланиш, майдаланиш маъносини англатади.
- Мавзудан чиққан ва чиқмаган холда сўз ўзагини маъно мазмунини давом эттирамиз. Сўзлар тармоқланади.
- Кластер услуби дарснинг бир қисмида (бошида, ўртасида, охирида) қўлланилади.
- Гуруҳларга бир хил савол берилса, тармоқ бажарилгандан сўнг бир хил терминлар ўчирилади, кимда ўчирилмаган терминлар кўп қолса, ўша гуруҳпа ғолиб ҳисобланади.
- Ўқитувчи ўз вариантыга эга бўлиши керак.
- Сўзларнинг классификацияси рўй бермаслиги керак.



**Мавзуни жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:**

1. Туроператор маҳсулотини сотиш (ҳаракатлантириш) тизимига нималар киради?
2. Реклама ўзи нима дегани ва унинг мақсадлари қандай?
3. Турмаҳсулот рекламасининг мураккаблиги нимада?
4. Рекламанинг асосий принциплари қандай?
5. Реклама фаолиятининг меъёрий асоси ҳақида нимани биласиз?
6. Туроператор турларни сотиш бўйича ўз каталоглари, рекламаси ва эълонларидаги маълумотлар тўғрилиги учун жавобгарлик чоралари қандай?

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

15-мавзу

**ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ СОТИЛИШИДА
ҚИЗИҚТИРИШ ВА ТАРҒИБ ҚИЛИШ ИШЛАРИ**

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машғулот вақти: 4 соат</i>	<i>Талабалар сони: 20-30 та</i>
<i>Машғулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
<i>Амалий машғулот режаси</i>	1.Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш. 2.Чакана турагентларни рағбатлантириш. 3.Туризмни ташвиқот қилиш.
<i>Машғулотнинг мақсади:</i> Талабаларга туристик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари тўғрисида билимларини чуқурлаштиришни таъминлаш.	
<i>Педагогик вазифалар:</i>	<i>Ўқув фаолияти натижалари:</i>
<ul style="list-style-type: none"> • истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш ҳақида тушунча бериш; • рағбатлантириш воситалари ҳақида тушунча бериш; • чакана турагентларни рағбатлантириш моҳиятини очиб бериш; • чакана турагентларни рағбатлантириш воситалари ҳақида тушунча бериш; • туризмни ташвиқот қилишнинг моҳиятини тушунтириш. 	<ul style="list-style-type: none"> • истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш ҳақида тушунчага эга бўлади; • рағбатлантириш воситаларини тушунтириб бера олади; • чакана турагентларни рағбатлантириш ҳақида тасаввурга эга бўлади; • чакана турагентларни рағбатлантириш воситаларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туризмни ташвиқот қилишни тушунтира олади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Кичик гуруҳларда ишлаш, баҳс-мунозара, “Тоифалаш жадвали”, «Балиқ скелети» усуллари
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат: савол-жавоб.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1.Амалий машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова). 1.2.Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМга карайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларнинг фикрини умумлаштириб, уларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Мавзу бўйича тайёрланган топшириқни «Тоифалаш жадвали» ёрдамида бажаради. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади (2-илова). 2.3. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. “Туристтик тадбирларни ажратиб кўрсатинг ” муаммосини “Балиқ скелети” усули ёрдамида ҳал этишади (3-илова). 2.3. Топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, изоҳлайди, билимларини умумлаштиради.	Кичик гуруҳларга бўлинади. Баҳс- мунозара юритадилар, топшириқни бажарадилар. Топшириқни бажарадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, хулоса чиқарадилар.
III.Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Тинглайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.
- 2.Чакана турагентларни рағбатлантириш.
- 3.Туризмни ташвиқот қилиш.

Тоифалаш жадвали

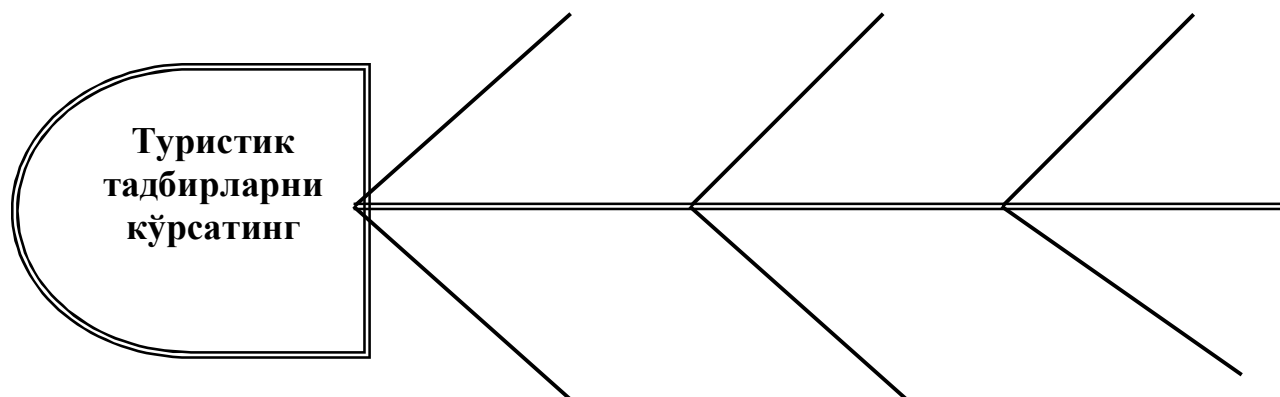
1. Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.
2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.
3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш қил танлови бўла қолсин.

Разбатлантириш воситалари:

«Балиқ скелети» усули

Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради.

Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради. Чизмани тузиш қондаси билан танишадилар. Алоҳида кичик гуруҳларда юқори “суягида” кичик муаммони ифодалайди, пастда эса, ушбу кичик муаммолар мавжудлигини тасдиқловчи далиллар ёзилади. Кичик гуруҳларга бирлашадилар, таққослайдилар, ўзларининг чизмларини тўлдирадидилар. Умумий чизмага келтирадидилар.



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

16-мавзу

ХИЗМАТ ЕТКАЗИБ БЕРУВЧИЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИК ВА ШАРТНОМАЛАР ТУЗИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти: 4 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Машгулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машгулот.
Амалий машгулот режаси	<p>1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.</p> <p>2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.</p> <p>3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома.</p> <p>4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.</p>
Машгулотнинг мақсади: Турларни хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш тўғрисида бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
<p>Педагогик вазифалар:</p> <ul style="list-style-type: none"> • шартнома режаси ҳақида тушунча бериш; • хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш ҳақида тушунча бериш; • меҳмонхона хўжалиги билан шартнома тузишнинг моҳиятини очиб бериш; • овқатлантириш ташкилотлари билан шартнома тузиш ҳақида тушунча бериш; • автотранспорт ташкилотлари ва авиакомпания билан шартнома тузишнинг моҳиятини тушунтириш; • темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузишнинг 	<p>Ўқув фаолияти натижалари:</p> <ul style="list-style-type: none"> • шартнома режаси ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузишнинг моҳиятини тушунтириб бера олади; • меҳмонхона хўжалиги билан шартнома тузиш ҳақида тасаввурга эга бўлади; • овқатлантириш ташкилотлари билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • автотранспорт ташкилотлари ва авиакомпания билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади.

хусусиятларини тушунтириб бериш.	
Таълим бериш усуллари	Баҳс-мунозара, “ФСМУ”, «Блиц-сўров» ва “Балиқ скелети” усуллари.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси (1-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Шартнома режаси таркиби саёҳат кўриниши ва кўрсатиладиган хизматларга боғлиқми?” саволига талабалар “ФСМУ” усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4 Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол катнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар. Жавоб беради.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2. Мустақил иш тақдимотига тайёргарлик кўриш.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Машғулот режаси:

- 1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.
- 2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.
- 3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома.
- 4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

“ФСМУ” усули

Ушбу технология мунозарали масалаларни хал этишда ҳамда ўқув жараёнини бахс-мунозарали ўтказишда қўлланилади, чунки бу технология талабаларни ўз фикрини химоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очиқ холда бахслашишга ҳамда шу билан бирга бахслашиш маданиятини ўратади.Тингловчиларга тарқатилган оддий қоғозга ўз фикрларини аниқ ва қисқа холатда ифода этиб, тасдиқловчи далиллар ёки инкор этувчи фикрларни баён этишга ёрдам беради.

Ф – фикрингизни баён этинг

С – фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг

М – кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг

У – фикрингизни умумлаштиринг

Савол	Шартнома режаси таркиби саёҳат кўриниши ва кўрсатиладиган хизматларга боғлиқми?
(Ф)Фикрингизни баён этинг	
(С)Фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг	
(М)Кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг	
(У)Фикрингизни умумлаштиринг	

**Мавзуни жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:**

- 1.Хизматлар етказиб берувчилар билан шартоомалар нима учун керак?
- 2.Туризмда шартнома муносабатлари қандай миллий даражадаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?
- 3.Туризмда ўзаро шартнома муносабатлари қандай халқаро даражадаги ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси (2-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижа-ларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II.Асосий босқич (60дақиқа)	2.1.Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. Ҳар бир гуруҳга алоҳида топшириқлар берилади: 1) «Меҳмонхона хизматларини брон қилиш ҳақидаги шартномада қайси шартларни кузга тутиш керак?» 2) «Овқатлантириш корхонаси билан шартномада қайси шартларни кузга тутиш керак?» 3) «Авиарейслардаги жойлар квотаси бўйича авиакомпаниялар билан шартномаларда қайси шартлар булиши керак?» 4) «Махсус туристик-экскурсион поъездни ижарага олиш шартномасига қайси шартларни киритиш керак?» Муаммларни “Балиқ скелети” усули ёрдамида ҳал этишади (2-илова). 2.2. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Гуруҳларга ажралади. Топшириқни бажарадилар. Фаол қатнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар. Тинглайдилар.
III.Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2. Мустақил иш тақдимотига тайёргарлик кўриш.	Тинглайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Машғулот режаси:

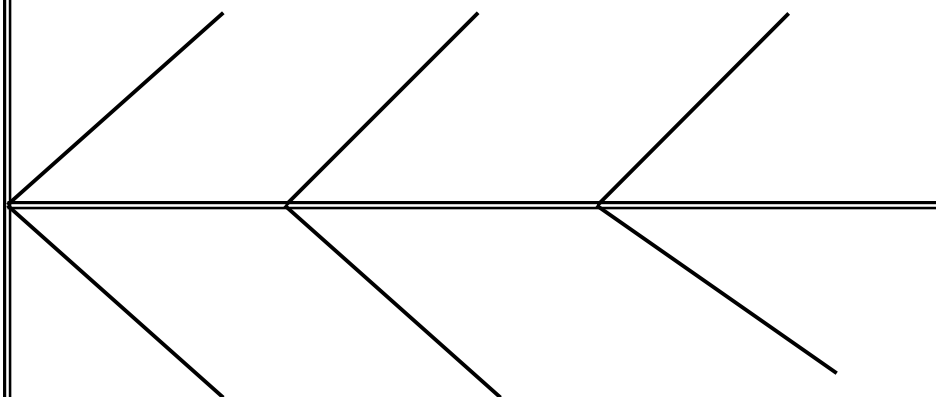
- 1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.
- 2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.
- 3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома.
- 4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

«Балиқ скелети» усули

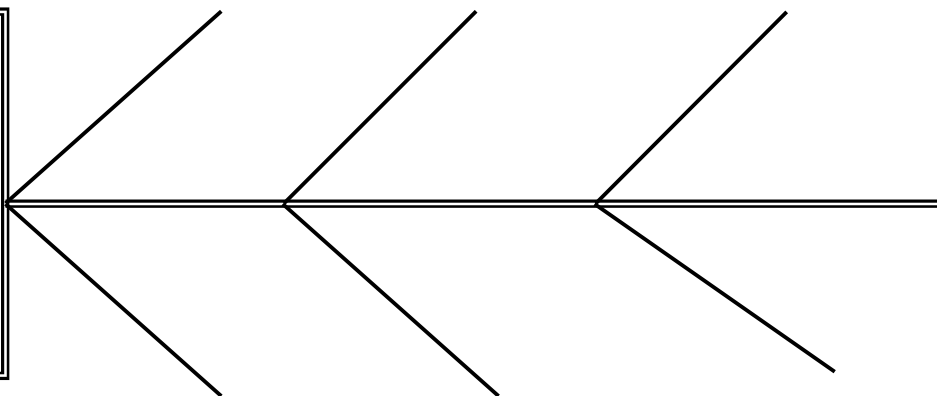
Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради.

Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради. Чизмани тузиш қондаси билан танишадилар. Алоҳида кичик гуруҳларда юқори “суягида” кичик муаммони ифодалайди, пастда эса, ушбу кичик муаммолар мавжудлигини тасдиқловчи далиллар ёзилади. Кичик гуруҳларга бирлашадилар, таққослайдилар, ўзларининг чизмларини тўлдирадилар. Умумий чизмага келтирадилар.

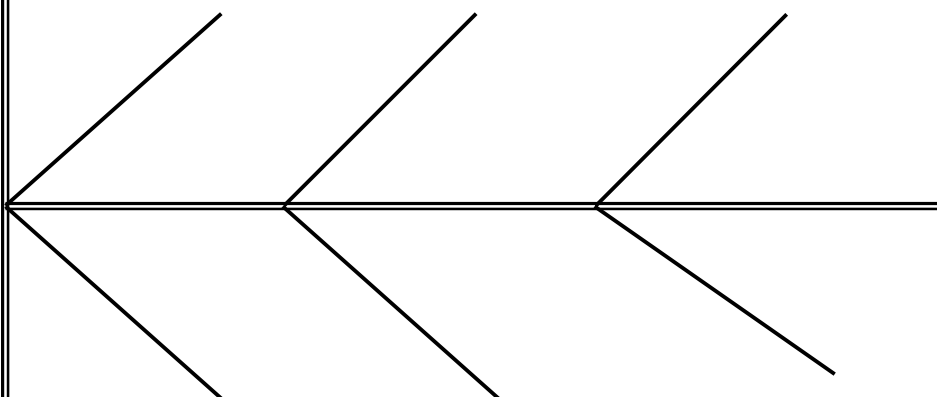
**Меҳмонхона
хизматларини
брон қилиш
хақидаги
шартномада
қайси шартларни
қузга тутиш
керак?**



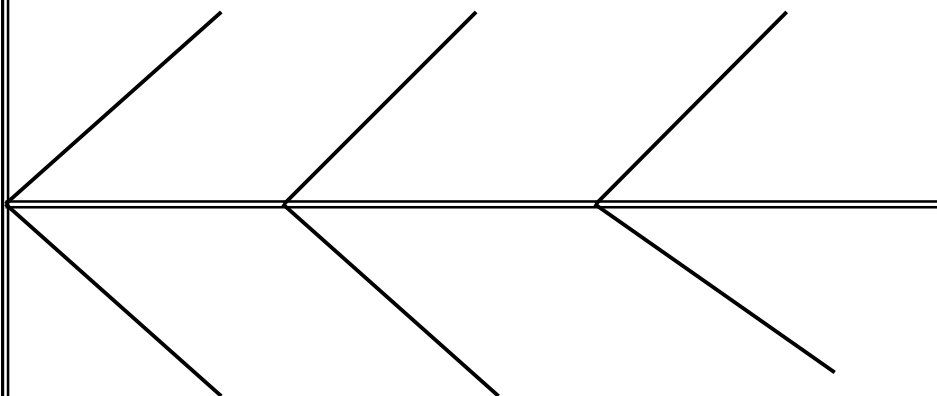
**Овқатлантириш
корхонаси билан
шартномада
кайси шартларни
кузга тутиш
керак?**



**Авиарейслардаги
жойлар квотаси
бўйича
авиакомпаниялар
билан
шартномаларда
кайси шартлар
булиши керак?**



**Махсус туристик-
экскурсион
поездни ижарага
олиш
шартномасига
кайси шартларни
киритиш керак?**



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

17-мавзу

ТУРОПЕРАТОР КАТОЛОГИ ВА ТУРЛИ КЎРГАЗМАЛАРГА ҚАТНАШИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машигулот вақти: 4 соат</i>	<i>Талабалар сони: 20-30 та</i>
<i>Машигулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
<i>Амалий машигулот режаси</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1.Католог турлари ва вазифалари. 2.Расмли маълумотларни танлаш. 3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари. 4.Туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.
<i>Машигулотнинг мақсади:</i> Талабаларда туроператор катологи ва турли кўргазмаларга қатнашиш тўғрисида билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
<p style="text-align: center;"><i>Педагогик вазифалар:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • католог турлари ва вазифалари ҳақида тушунча бериш; • расмли маълумотларни танлашнинг моҳиятини очиб бериш; • турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ҳақида тушунча бериш; • турагентлар билан ҳамкорлик шаклларининг моҳиятини тушунтириш; • туристик ярмаркалар ҳақида маълумот бериш; • туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш тўғрисида тушунча бериш. 	<p style="text-align: center;"><i>Ўқув фаолияти натижалари:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • католог турлари ва вазифаларини католог тушунтириб бера олади; • расмли маълумотларни танлаш ҳақида тасаввурга эга бўлади; • турагентлар билан ҳамкорлик шартларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • турагентлар билан ҳамкорлик шакллариини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туристик ярмаркалар вазифасини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўришни тушунтириб бериш имконига эга бўлади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Баҳс-мунозара, «Кластер», “Блиц-сўров”, “Т-жадвал усуллари.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория, компьютер, вижен.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси (1-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Туризмда рекламанинг мақсадлари” саволига талабалар “Кластер» усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3. “Кўргазмаларда қатнашишдан фойда ва унга қилинадиган ҳаражатларни курсатинг” саволига талабалар “Т-жадвал» усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (3-илова). 2.4.Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол қатнашадилар Муаммоли вазифаларни ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. Фаол талабаларни баҳолаш мезонлари орқали рағбатлантиради. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

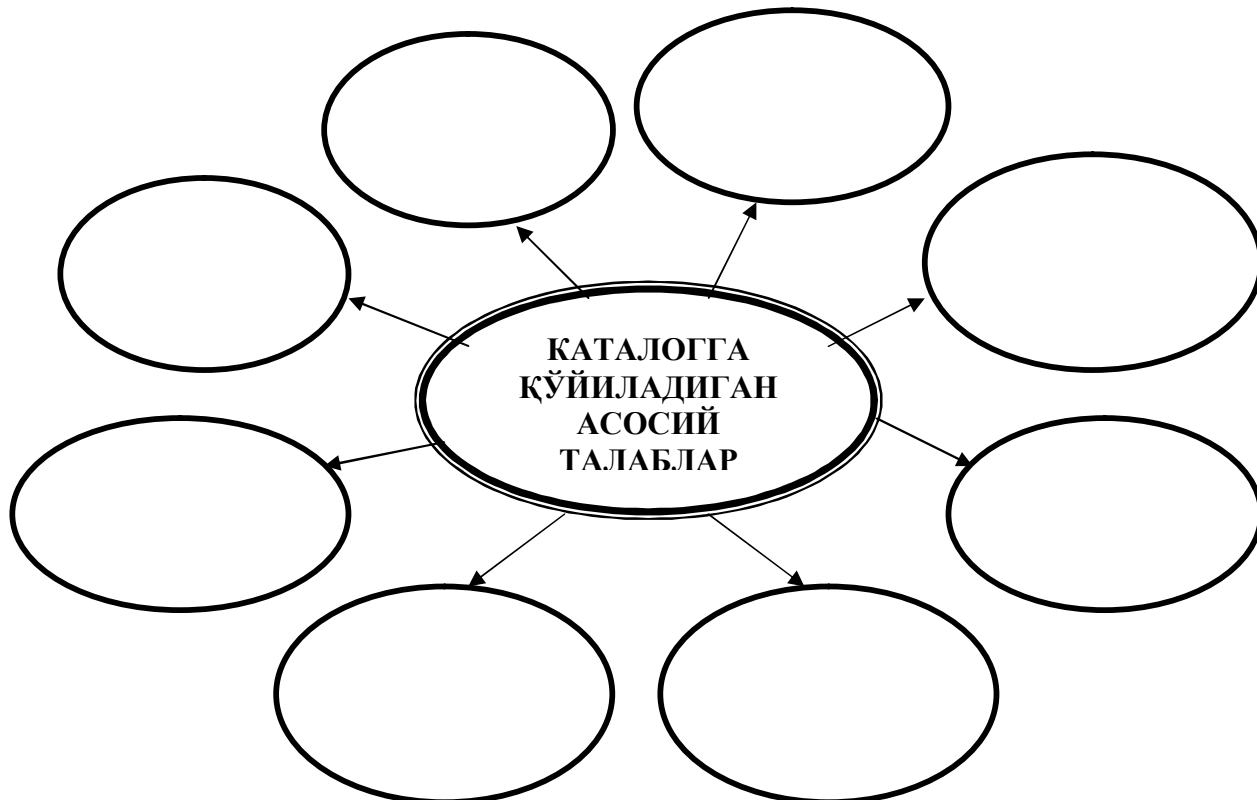
- 1.Католог турлари ва вазифалари.
- 2.Расмли маълумотларни танлаш.
- 3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.
- 4.Туристтик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

“Кластер” усулини тузиш қондаси

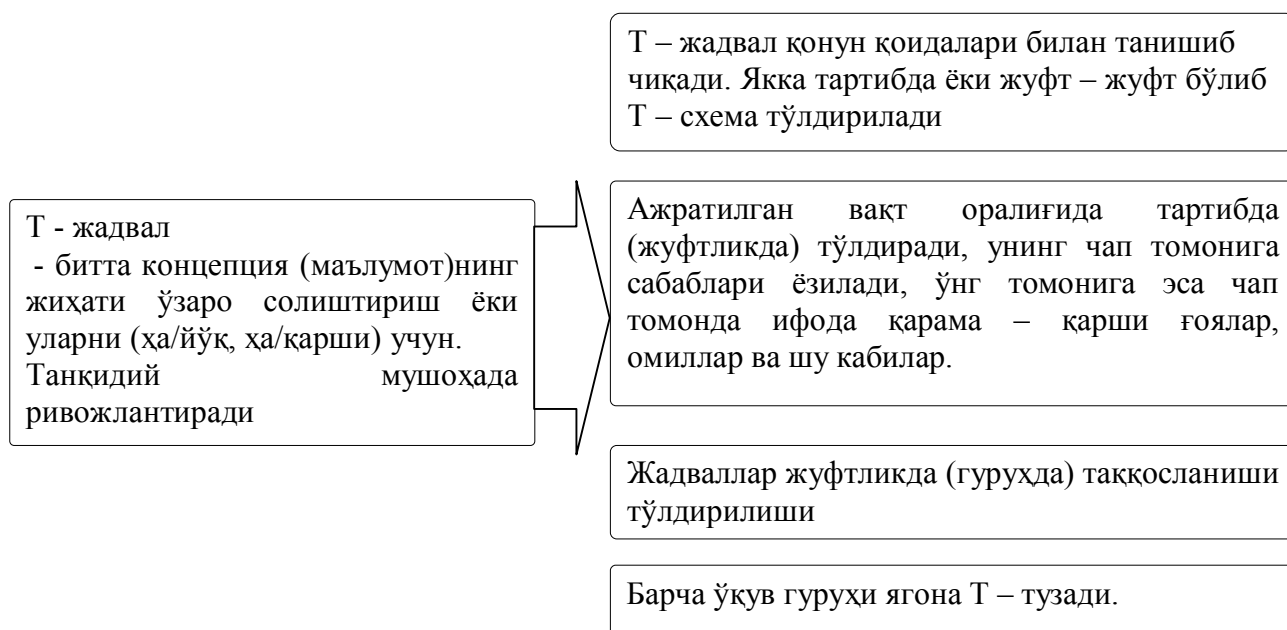
- Ақлга келган барча фикрни ёзиш.
- Ғояни сифатини муҳокама этмаслик.
- Орфографик ва бошқа жиҳатларга эътибор бермаслик.
- Ажратилган вақт тугмагунча ёзувни тўхтатмаслик.
- Ғоялар сони ва ўзаро алоқадорлигига эътибор бериш.

Кластер усулининг қондаси:

- Кластер – парчаланиш, майдаланиш маъносини англатади.
- Мавзудан чиққан ва чиқмаган холда сўз ўзагини маъно мазмунини давом эттирамиз. Сўзлар тармоқланади.
- Кластер услуби дарснинг бир қисмида (бошида, ўртасида, охирида) қўлланилади.
- Гуруҳларга бир хил савол берилса, тармоқ бажарилгандан сўнг бир хил терминлар ўчирилади, кимда ўчирилмаган терминлар кўп қолса, ўша группа ғолиб ҳисобланади.
- Ўқитувчи ўз вариантыга эга бўлиши керак.
- Сўзларнинг классификацияси рўй бермаслиги керак.



“Т –жадвал” усули



Т –жадвал

Кўрғазмаларда қатнашишдан фойда ва унга қилинадиган харажатларни курсатинг	
КИРИШ (ХАРАЖАТЛАР)	ЧИҚИШ (ФОЙДА)

1.3. Амалий машғулотнинг технологик харитаси (2-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
Тайёргарлик босқичи.	Мустақил танланган мавзу бўйича тақдимотларни ўтказиш учун аудиторияда шароит яратади.	
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1.Машғулотнинг мавзусини, мақсадини, режалаштирилган натижаларини ва уни ўтказиш режасини эълон қилади (1-илова). 1.2.Олган билимларини умумлаштириш мақсадида талабалар ўзлари танлаган мустақил ишлари тақдимотини ўтказишлари кераклигини айтади.	Тинглайдилар, Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. «Блиц-сўров» усулида олиб боради. Бунда фақатгина бир нечта жавоблар тингланади ва иш жараёни кичик гуруҳларда олиб борилиши эълон қилинади(2-илова). 2.2. Талабаларга мустақил иш тақдимотини ўтказишга тавсиялар беради. Мустақил ишлар мавзуларини яна бир марта аниқлаштириб олади. Мустақил ишлар натижаси жорий баҳолашга таъсир кўрсатишини эслатади 2.3.Аввалдан танлаган мавзулари бўйича ихтиёрий гуруҳларга ажралган талабаларга тақдимот ўтказишлари учун навбат беради. 2.4. Мустақил иш мавзуси юзасидан талабаларга саволлар беради, фикр билдиради, ишнинг камчиликларини айтиб ўтади. 2.5. Гуруҳ билан муҳокама қилган ҳолда, талабаларни баҳолайди.	Саволларга жавоб берадилар. Мавзуга аниқлик киритадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, бахс-мунозара юритадилар, кўшимчалар қиладилар, баҳолайдилар. Саволларга жавоб берадилар.
III.Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1.Мустақил иш бўйича яқуний хулосалар қилади.	Тинглайдилар. Фикр билдирадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Католог турлари ва вазифалари.
- 2.Расмли маълумотларни танлаш.
- 3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.
- 4.Туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

**Мавзуни жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:**

1. Туроператор каталоги деганда нимани тушунасиз ва у қандай мақсадларда чиқарилади?
2. Каталог сарлавҳаси бўйича қандай тавсиялар мавжуд?
3. Каталогларнинг қандай турлари бор?
4. Каталогдан фойдаланиш қулайлигини нима аниқлайди?
5. Каталогда материалларни бериш шаклига қўйиладиган асосий талабларни санаб беринг.
6. Каталогни нашр қилиш учун нашриётга буюртма қандай тузилади?
7. Ярмарка тадбирлари классификацияси хақида сўзлаб беринг.

4. «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича масалалар ва машқлар тўплами

1-машқ. Қуйида келтирилган жадвал асосида 3 кунлик тур дастурини ишлаб чиқинг.

Касбий тур

Ташриф буюриш ва қайтиб кетиш кунлари ҳисобга олинмаган 3 кунлик дастур. Ташриф кунида – меҳмонхонада жойлаштириш дастури билан танишиш, тадбирлар графигини аниқлаштириш, кечқурун-ташриф юзасидан (байрамона) тантанали кечки овқат.

3-кунлик тур

1 чи кун	
2 чи кун	
3 чи кун	

2-машқ. Бирор бир инклюзив турнинг асосий хизматлар тўпламини тузинг (қўшимча хизматларни инобатга олган ҳолда).

3-машқ. Туристларни жойлаштириш воситалари халқаро тавсияларга асосланиб тўртта гуруҳга ажратилади. Шунга мазкур гуруҳларни тўлдириг:

I. Меҳмонхоналар ва аналогик корхоналар:

-

II. Тижорат ва ижтимоий жойлаштириш воситалари:

-

III. Махсуслаштирилган жойлаштириш воситалари:

-

IV. Хусусий жойлаштириш воситалари:

-

4-машқ. Туроператорлар реклама эълонларини таҳлил қилинг ва улар ўртасида инклюзив турларни ажратинг. Ўз қарорингизни тушунтириб беринг.

5-машқ. Овқатлантириш корхоналарининг турларини ёзиб чиқинг:

6-машқ. Туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси бўйича тўлдириг:

Тур типлари	Турист мақсадлари	Мисоллар

7-машқ. Ташкиллаштирилаётган турларда транспорт воситаларининг солиштирма тавсифини беринг:

	ҚУЛАЙЛИКЛАРИ	НОҚУЛАЙЛИКЛАРИ

8-машқ. Сизнинг туристик фирмангиз 6 кунга мўлжалланган янги “Самарқанд мўжизаси” номли хобби-тур ишлаб чиқди. Бу турнинг хизмат кўрсатиш дастури дарсликнинг ўтган бобидаги топшириқда берилган, турнинг фаолият кўрсатиш муддати – йил давомида.

Сизнинг вазифангиз – қуйидаги схема асосида мазкур турни ташкил этиш бўйича фирманинг шартнома режасини тузиш.

№	Шерик-нинг номи	Шартномани асосий предмети	Шартномани ҳаракат фаолият кўрсатиш муддати	Шартнома тузиш муддати	Ўзига хос муҳим маълумотлар

9-машқ. Миллий туристларни хорижга юборишда миллий ва хорижий турфирмаларни ўзаро ҳаракати схемасини тузинг.

10-машқ. Хорижий туристларни қабул қилишда миллий ва хорижий турфирмаларнинг ўзаро ҳаракати схемасини тузинг.

11-машқ. Туризмда ўзига хос хавф-хатар омилларини санаб беринг.

ТАВСИЯ ЭТИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

Асосий адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонун // «Халқ сўзи» газетаси, 1999 й 14 сентябр
2. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида»ги Қарори. // «Халқ сўзи» газетаси, 2003 й 12 ноябр
3. «2006-2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизматлар соҳаси ва сервисни жадал ривожлантириш ҳақида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. 2006 й.
4. И. Каримов Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда. :Ўзбекистон, 1999г.
5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 256 с.
6. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
7. Дурович А.П., Бондаренко Г.А., Сергеева Т.М.и др. Организация туризма. Учеб, пособие. Мн: Новое знание, 2005.
8. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Учебник—М: Финансы и статистика, 2003
9. Тухлиев И.С. ва бошқалар. Туризм асослари. Ўқув қўлланма - Самарқанд, СамИСИ, 2010- 247 б.
10. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Тошкент – «ИҚТИСОД - МОЛИЯ» 2010 – 264 б.
11. Tuxliyev I.S., A.V.Bektemirov, Z.I.Usmanova. Turizmnda strategik marketing Samarqand 2010 y.- 136 b.
12. Комилова Ф.Қ. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. Т.:ТДИУ,2006.191 б.
13. Axmedov X.I, Allabergenov A.A. Turizm faoliyatini tashkil etish. Toshkent, 2004

Қўшимча адабиётлар

1. Қудратов Ғ.Ҳ, Тухлиев И.С. Туризм иқтисодиёти. Қўлланма. СамИСИ –2007.
2. Юреев А.П. Планирование туризма. Учебное пособие. Донецк 2003 г
3. Рябовой И.А., Забаев Ю.В., Драчевой Е.Л. Экономика и организация туризма. Учебного пособие. М.: «Кнорус» 2006.
4. Квартальнов В.А. Экономика туризма. Учебник. М.; «Финансы и статистика» 2001
5. Полков Ю.В. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Учебник – Ростов н/Д: «Феникс», 2004.
6. Бгатов А.П. Туристские формальности. «Академия». М. 2004
7. Кабушкин Н.Н. «Менеджмент туризма» -М.: Новая жизнь, 1999 г.
8. Тухлиев Н. Экономика большого туризма. Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 2001.

Интернет сайтлари:

1. www.lex.uz
2. www.stat.uz
3. www.tourism.uz/
4. www.tour.uz/
5. www.tours.ru/country/uz/
6. [www.ref.uz.](http://www.ref.uz)

«Туристтик маҳсулотни ишлаб чиқиш технологияси» фани бўйича гlossарий

АВТОБУСЛИ МАРШРУТЛАР- бунда туристлар мамлакатларни, бутун туристлик дестинацияларни бир пунктдан иккинчи пунктга ҳаракатланиб кесиб ўтадилар, умуман туристлар автобусларда жуда оз ухлайдилар, асосан ухлаш учун қиммат бўлмаган меҳмонхона ёки отеллар кузда тутилади.

АГЕНТ- туристларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатиш, турпакетларни сотиш топшириқларини бажарувчи туристик агентлик вакили.

АКВИЗИЦИЯ-мамлакатга хорижий туристларни жалб қилиш. **АКТИВ ТУРИЗМГА** ҳар - хил саргузаштли саёҳатларни киритиш мумкин: саргузаштли туризм (adventure tour), экзотик жойларга, вулқонларга, оролларга, шаршараларга ва шу каби жойларга боришга айтилади

АННУЛЯЦИЯ-туристлар сафарини бекор қилиш.

БИРИНЧИ КЛАСС – бу ҳам нисбатан юқори даражали хизмат кўрсатиш бўлиб, 4-5 юлдузли меҳмонхоналарга жойлаштириш, бизнес класс даражадаги самалётларда учишни, обрўйли ресторанларда овқатланишни, индивидуал трансфертни, гид хизматларини назарда тутди.

БОТЕЛ- Мос равишдаги жиҳозланган кичик кема сифатида фойдаланувчи сувдаги унча ката бўлмаган меҳмонхона.

БҮЮРТМАЛИ ТУР. Буюртмали турларни сотишда дастурни шакллантириш ва хизматлар таркибини яхлитлаш турист хоҳишига биноан, унинг бевосита иштирокида амалга оширилади.

ГУРУҲЛИ ТУРИЗМ. Нисбатан арзон, кўп сонли туристлар учун ҳамёнбоп, аммо гуруҳли туризмда гуруҳнинг барча аъзолари ўрнатилган тартибга бўйсу-нишлари лозим.

ГУЎЗАЛ ТОҒЛИ МАВЗЕЛАРГА САЁҲАТ, тоғларда сайр қилиш, гузал жойларни томоша қилиш. Масалан: Гранд Канон, Тош бармоқлар водийси (Австралия), Улкан шаршаралар (Ниагара, Виктория). Туристлар учун уларни томоша қиладиган майдончалар, мосламалар ўрнатилган.

ДИНИЙ ТУРИЗМ- (ҳаж сафари Маккаю Мадина ва Умра сафар, зиёрати) ҳозирги вақтда жуда юқори талабга эга бўлиб, оммавий тус олмоқда.

ИЖТИМОЙ ТУРИЗМ – бу давлат томонидан ижтимоий эҳтиёжларга ажратиладиган маблағлар ҳисобидан саёҳат қилиш ҳисобланади. Ижтимоий туризмнинг мақсади фойда олиш эмас, балки даромади кам бўлган кишиларни дам олишга бўлган ҳуқуқини амалга ошириш учун уларни қўллаб қувватлаш ҳисобланади.

ИЛМИЙ ТУРИЗМ. Ўқиш, таълим олиш мақсадида, малака ошириш мақсадида сафар қилиш халқаро туризмнинг нисбатан янги турлари сафига кириди.

ИНДИВИДУАЛ ТУР. Туристларга кўпроқ эркинлик ва мустақил ҳаракатланиш имконини беради. Гуруҳли турларга нисбатан қимматроқ, чунки индивидуал турлар таркибига кирувчи ички маршрутдаги транспорт, гид

хизматлари ва баъзи бошқа хизматлар учун тўлов тўлиғича турист зиммасига тушади.

ИНКЛЮЗИВ ТУР (ИТ) Бу олдиндан режалаштирилган ва дам олишнинг ёки туризмнинг маълум тури, ҳамда туристларнинг маълум ижтимоий гуруҳига ва унинг ёнига йўналтирилган қатъий хизматлар тўпламидир.

ИЧКИ ТУРИЗМ - ўз давлати чегараси доирасида доимий яшовчи фуқароларни вақтинчалик ташриф буюровчи жойда (тўланадиган фаолиятсиз) туристик мақсадларда саёҳат қилиши.

ИҚТИСОДИЙ БЎҒИН (КЛАСС) МЕҲМОНХОНАСИ- Кичик ёки ўрта сифимли корхоналар (150 ўринли ва ундан ортиқ) магистрал йўл ёқаларида жойлашади. Хизматлар тўпланини чекланганлиги, оддий ва тез хизмат кўрсатиш билан ажралиб туради. Истеъмомчилари – кўрсатилган (истеъмом қилинган) хизматлар учун ҳақиқий тўловни амалга оширишга интилувчи ва тўлиқ пансионга мухтож бўлмаган бизнесменлар, хусусий туристлар учун мўлжалланган.

ИХТИЁРИЙ СЕРТИФИКАТЛАШ қўйидаги ҳолатларда қўлланилади, учинчи шахслар ёки қўшма корхонадаги чет эл шериклари ишлаб чиқариладиган товарлар ва тақдим этиладиган хизматлар учун қўшимча сертификатни талаб этган вазиятларда фойдаланилади.

КИРУВЧИ ТУРИЗМ- фаолияти тўланмайдиган туристик мақсадларда доимий яшамайдиган шахсларни ўзга мамлакат ҳудудига ташрифи, саёҳати.

КЎНГИЛ ОЧАР ТУРЛАР– (entertainment) туризм дастурларида маълум маънода туристлар учун қўшимча хизмат кўрсатишга йўналтирилган. «Туристнинг яхши кўнгили очиши» учун хизматларнинг барча қирраларини очишда ёрдам беради. Бу фаол ўйинлар (гольф, крикет, кегли), отларда сайр қилмоқ, аттракционларга бориш (тематик боғлар, масалан, Диснейленд, Делфи қари, зоопарклар), ресторанлар, дангсинглар, диско клублар, магазинлар, казино ва бошқалар шулар жумласига киради.

ЛЮКС КЛАСС. Ушбу класс бўйича турларни ташкил қилишда одатда энг юқори даражали хизматлар жалб қилинади: 5 юлдузли хашаматли меҳмонхоналар, биринчи класс ва бизнес авиация самалётларида учиш, хашаматли ресторанларда овқатланиш, алоҳида транспорт люкс класс машиналарида, алоҳида гид хизматлари ва ҳ.к. Бундай турлар VIP-хизмат кўрсатиш туркуми (разряди) бўйича тақдим этилади.

МАЛАКАВИЙ ИШ ТУРИЗМИ. Туризмнинг мазкур турига иш мақсадлари билан сафарлар киради. Ҳозирги замонавий тараққий этган жамиятда ҳаёт халқаро алоқаларни боғлаш заруриятини чиқармоқда. Сўнги йилларда ишчан соҳа вакилларининг, тадбиркорларнинг ташрифлари оммавий тус олмақда.

МАРОСИМ ТУРИЗМИ – (ritual tour) одатда қариндошларнинг қабрлари ёки жангларда вафот этганлар дафин этилган жойларга уюштирилади. Қариндошлар ёки яқинлар қабрлари ва мақбараларини зиёрат қилиш маросим туризмнинг асосини ташкил этади.

МЕҲМОНХОНА-АПАРТАМЕНТ (АПАРТ-ОТЕЛ)- Сифими бўйича кичик ёки ўрта ўлчамли (400 ўрингача) йирик шаҳарнинг доимий бўлмаган

аҳолиси учун хосдир. Вақтинчалик турар жой сифатида кўп йилларда ўз-ўзига хизмат кўрсатишдан фойдаланиладиган квартира (ижара) типидан ташкил топади. Меҳмонхонани мазкур типидан нархлар қоидага кўра жойлашув муддатига боғлиқ равишда (турланиб) туради. Узоқ муддатга тўхтаб ўтувчи оилавий туристлар, бизнесменлар ва ижарачиларга хизмат кўрсатади.

МЕҲМОНХОНА-ҲОВЛИ- Отеллардан сиғими, хизмат кўрсатиши, содда стандартлиги билан ажралиб турувчи корхона, учрашувлар ва меҳмонлар ташрифи учун қатор жамоа хоналарини мавжуд эмаслиги билан ажралиб туради. Меҳмонхона-ҳовли таркиби (структураси)да ресторан ёки барни мавжуд бўлиши мажбурийдир.

МОТЕЛ-Шаҳар ташқарисида, шаҳар бўйида, магистрал йўл ёқаларида жойлашган оддий бир ёки икки қаватли бинолар. Бу кичик ёки ўрта корхоналардир (400 ўрингача). Кам сонли ходимларни ўрта даражали хизмат кўрсатиши ҳарактерлидир. Мижозлари бўлиб ҳаваскор автотуризмга урғу берилган турли категориядаги туристлар ҳисобланади.

ОТЕЛ-ГАРНИ- Мижозларга чекланган миқдордаги хизматларни: жойлашув ва континентал нонуштани тақдим этувчи корхоналар.

ОТЕЛ-ЛЮКС- Ўз сиғими бўйича меҳмонхонани мазкур типидан кичик ёки ўрта корхоналар сафига киради. Одатда шаҳар марказида жойлашади. Яхшигина таълим олган персонал-ходим конференция, хизмат учрашувлари иштирокчилари бизнесменлар бўлиб ҳисобланган талабчан мижозларга сервисни жуда юқори даражасини таъминлайди. Барча мумкин бўлган хизмат турларини ўз ичига олувчи номерларни нархлари анча қиммат туради.

ОТЕЛ-КУРОРТ- Ўз сиғими бўйича меҳмондорчиликни тўлиқ хизматлар тўпламини таклиф этиш билан ажралиб турадиган корхона. Бундан ташқари, бу ерда парҳез таомлар ва маҳсус тиббий хизмат кўрсатиш комплексини олиш мумкин. Курорт минтақаларида жойлашади.

ПАНСИОН - бу уч марталик овқатланишдир. Қимматбаҳо хизмат кўрсатиш вариантларида бутун кун давомида ва хаттоки тунда исталган вақтда ва исталган миқдорда овқатланиш ҳамда ичимликлар (спиртли ичимликларни ҳам қўшиб ҳисоблаганда) ичиш имконияти назарда тутилиши мумкин.

ПИЁДА – (walking or hiking tour) – туристлик йўналишлари. Traking tour - пиёда йўналиш ёки сайр қилиш туризмидир. Одатда йўналишнинг узунлиги 2–6 км.дан хаттоки 20-50 км.гача чўзилиши мумкин.

РЕКРЕАЦИОН ТУРИЗМ – дам олиш мақсадидаги туризм бўлиб, қатор давлатлар учун туризмнинг оммавий шакли бўлиб ҳисобланади. Испанияга, Италияга, Францияга, Австрияга чет эл туристларини ташрифи аввало мана шу мақсадни кўзда туттади.

РОТЕЛ- Тунаш учун мўлжалланган креслолар жойлаштирилган бир ёки икки ўринли вагонлардан ташкил толувчи ҳаракатланадиган меҳмонхонадир. Хожатхона, ошхона, музлатгич ва кейиниш учун мўлжалланган хоналар мавжуд.

САРГУЗАШТЛИ ТУРИЗМ – ўзига хос тарзда дам олишни бир тури бўлиб, туристларни нафақатгина улар учун жалб қилувчи жойлар билан таъминлаш, балки ғалати, ғайритабiiй фаолият тури билан шуғулланишга жалб қилади.

САФАРИ SAFARY TOUR- кўриқхонага ҳайвонларни томоша қилиш учун сайр, овчилик, балиқ ови мақсадидаги саёҳат, фотоовчилик, Кения ёки ЖАР кўриқхоналарига сайр, табиатда ажойиб ҳайвонларни эркин ҳолда кўриш мақсадидаги сайрлар.

СЕРТИФИКАТЛАШ – бу аҳоли саломатлигини ва хавфсизлигини таъминлаш мақсадида тайёрланган корхона маҳсулотлари ёки хизматлари сифатини тартибга солиш жараёнидир. Туризм ва меҳмонхона хизматлари сертификатлашда мажбурий ҳисобланади.

СОҒЛОМЛАШТИРУВЧИ ДАМ ОЛИШ ТУРИЗМИ ўта шахсий индивидуал характер касб этади. Лекин кўпгина ҳолатларда, кира ҳақиға чегирмалар олиш мақсадида ҳамкорлик учун туристлар бирлашадилар. Туризмни бошқа турларига нисбатан даволаниш учун турлар одатдаги муддатлардан кўпроқ бўлиб 24-28 кунни ташкил этади.

СОҒИНИШ, ҚЎМСАШ ТУРИЗМИ. Туризмни мазкур тури қариндошлариникига, туғилган жойларга ва яқинлариникига ташриф қилиш эҳтиёжига асосланган ва халқаро туристлик алмашувда муҳим ўринни эгаллайди.

СУВДА САЁҲАТ ҚИЛИШ МАРШРУТЛАРИ – (water tour) шулардан энг кўп тарқалгани сув сайёҳлиги - boat tour - қайиқларнинг ҳар - хил турларида, яхталарда, пороход-кемаларда сайр қилиб, дам олишни ўз ичига олади.

ТАНИШУВ (ЭКСКУРСИОН) ТУРИЗМ. Туризмни бу тури ўз ичига танишув (билиш, кўриш ва эшитиш) мақсадлари билан боғлиқ ташриф ва саёҳатларни ўз ичига олади.

ТАШКИЛ ЭТИЛГАН ТУРИЗМ – бу тур ташкилотлар томонидан ташкил этилаган алоҳида шахсларни ёки бир гуруҳ туристларнинг саёҳатидир. Ташкил этилган туристлар, туристлар йўлланмасини ҳарид қилиш йўли билан саёҳат ҳуқуқини қўлга киритадилар.

ТЕМИРЙЎЛ ТУРИСТЛИК МАРШРУТИ – (rail adventure tour) – бунда туристлар сафар давомида кўпгина жой ва минтақалар билан танишадилар, бу даврда улар вагонларнинг жуда ҳам қулай купеларида яшайдилар, кўчиб юривчи ресторанларда овқатланадилар.

«ТУНАШ ВА НОНУШТА» ХИЛИДАГИ ХУСУСИЙ МЕҲМОНХОНА- АҚШда кенг тарқалган. Бу меҳмонхона кичик (баъзида ўрта) сифимли. Шаҳар атрофида ёки қишлоқ жойларда жойлашган. Хизмат кўрсатишга, қоидага кўра, нонушта ва уй шароитидаги энгил тамадди киради. Мижозлари бўлиб уй шароитига интиладиган тижоратчилар ва йўналишдаги туристлар ҳисобланади.

ТУР - муайян йўналиш бўйича туристик хизматлар мажмуи (жой бандлаш, жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт, рекреация, экскурсия хизматлари ва бошқа хизматлар) билан таъминланган аниқ муддатлардаги туристик саёҳат.

ТУРИЗМНИНГ ПАССИВ ТУРИГА туристлик сайёҳликнинг тинчроқ ва кам куч сарф қилинадиган, жисмоний зуриқишга хос бўлмаган тури киради.

ТУРИЗМ СТРАТЕГИЯСИ туризмни ривожлантириш ва қайта ташкиллаштириш соҳасидаги давлат фаолиятини белгилайди. Бу фаолият

аввало амалга ошириш учун вақт ва каттагина молиявий ресурсларни талаб этувчи мақсадли дастурлар ва ривожланишнинг умумий концепциясини ишлаб чиқишга қаратилган.

ТУРИСТИК АГЕНТЛИК- хориж ёки мамлакат ичида туристик сафарларга тайёргарлик кўришда маълум ишларини бажарадиган ташкилот.

ТУРИСТЛИК КЛАСС 2-3 юлдузли меҳмонхоналарда жойлаштиришни доимо авиарейсларнинг иқтисод классларида учини, швед столи бўйича овқатланишни, гуруҳли трансфертни назарда тутувчи энг оммалашган хизмат кўрсатиш туридир.

ТУРТЎПЛАМ (турпакет) – истеъмолчиларга гуруҳли ёки индивидуал вариантлар бўйича тақдим этиладиган хизматлар тўпламига киради.

ТУРИЗМ ТАКТИКАСИ – бу аниқ шароитларда қўйилган мақсадга эришиш усуллари ва аниқ чора тадбирлардир (масалан, халқаро туризм фаолиятини лицензиялаш тартиби, туризмда нархни шакллантириш, солиққа тортиш ва ҳ.к.). Туризм тактикасининг мақсади мазкур хўжалик вазиятида янада мақбул ечимни танлашдан иборатдир.

ТУРИСТЛИК ТАЛАБ -тўлаш имкониятига эга бўлган аҳолининг турмаҳсулотга бўлган талаби тушинилади. Туристлик талаб амалдаги нарх-наволарда аҳоли томонидан аниқ бир туристлик-экскурсия хизматларини сотиб олиши билан белгиланади

ТУРИЗМДА ТАКЛИФ-бозордаги талабга мувофиқ вужудга келади, яъни турист учун унинг дам олиши ва саёхати жараёнида лозим бўлган турли хилдаги хизматлар шулар жумласига киради. Таклифлар-бу маҳсулот ишлаб чиқарувчининг бозорга талаб қилинадиган аниқ маҳсулотни етказиб бериш учун идеал тайёргарлик ва аниқ имкониятга эга бўлиши тушунилади.

ФЛАЙТЕЛ- АгрOMEҳмонхона ёки «учувчи отел». Фавқулодда қиммат ва меҳмонхонани камёб тури ҳисобланади. Қўниш майдончаси ва метеорологик хизмат алоқалари билан жиҳозланган.

ФЛОТЕЛ- Кўп ҳолларда «сувдаги курорт» деб номланувчи катта меҳмонхона. Туристларга кенг турдаги хизматларни тақдим этувчи шинам номерлар: бассейн, сув чанғилари, балиқ овлаш учун шароит яратадиган, сув остида сузиш, сув ости ови, тренажер заллари, конференция ва конгресслар учун заллар, кутубхона, турли-туман таъминотлар (телефон, телефакс, телетайн, телевизор, ва ҳ.к.).

FAMILIARIZATION TRIP ЁКИ FAMTRIP, яъни таништирувчи, реклама сафари. Маршрутни қайтадан батафсил ишлаш ва унинг шартлари билан танишиш учун рекламали саёхатларга асосан турли дилерлар ва туроператорлар ёки туристлик агентликлар ишчилари боришадилар. Улар бутун маршрутни тўлалигича босиб ўтишади ва яшаш шароитларини, экскурсия дастурларини, овқатланиш асосини, трансферни, маданий ва кўнгил очар дастурларни аниқлашадилар.

ХАЛҚАРО ТУРИЗМ –вақтинчалик келган жойида фаолияти тўланмайдиган, доимий яшайдиган мамлакат чегарасидан ташқарига туристлик мақсадларда сафар қилиши.

ЧИҚУВЧИ ТУРИЗМ – бир мамлакат ҳудудида доимий яшовчи шахсни бошқа мамлакатга фаолияти тўланмайдиган саёхати, ташрифи.

ШАХСИЙ ЁКИ ИЖАРАДАГИ АВТОМОБИЛЛАРДАГИ ТУРИЗМ (self drive itineraries) ўз машинасидан ажралмаган ҳолда саёҳат қиладиган туристлар гуруҳи ҳам мавжуд. Улар бир қанча транзит визалар олиб, мураккаб маршрутлар бўйлаб бир неча мамлакатларни кесиб ўтишади, айрим вақтларда улар машиналари орқасида кўчиб юрвчи уйларни судраб юрадилар, унда улар таом тайёрлашадилар, овқатланишадилар ва тунашадилар.

ШОП-ТУРЛАР Россия ва СНГ давлатлари учун хосдир. Хорижга ташрифнинг асосий мақсади бўлиб, олиб яна қайта сотиш учун ҳалқ истеъмоли товарларини харид қилиш ҳисобланади (пойафзал, трикотаж ва бошқа товарлар – Туркияда, Италия, Португалия, Сурияда; ёзги тўқима кийимлар – Индонезияда; пустинлар – Греция ва Аргентинада; мебел – Полша ва Италияда; теле-радио маҳсулотлар БАА да; автомашиналар Германияда, Швецияда, Финландияда, Галландияда).

ЭКЗОТИКА (ҒАЛАТИ, АЖИБ) ТУРИЗМИ. Кейинги йилларда ўзининг ажиблиги билан таажубланарли турлар пайдо бўла бошлади. Булар қаторига кўйидагиларни киритса бўлади: «Манос тревел» номли грек турфирмаси Ойга саёҳатни режалаштиради.

ЭКОТУРИЗМ атроф муҳитни сақлашда иқтисодий раҳбатлантириш учун шароит яратади. «Экотуризм» тушунчаси саёҳатларни жуда кенг қирраларини қамраб олади, яъни, ўқувчилар учун унча катта бўлмаган танишув турларидан тортиб, то миллий парклар ва кўриқхоналарларга узлуксиз туристлик саёҳатларни қамраб олади.

ЯРИМ ПАНСИОНДА (икки марта овқатланиш) эрталабки нонушта ва тушлик ёки кечки овқат назарда тутилган бўлади.

ЎРГАНУВЧИ ТУРИЗМ - CONNOISSCUR TOUR. Туризм марказларига бирор нарса ўрганиш учун боришдан иборат. Булар дунёга машҳур Нью-Йорк (ҳар йили 32 млн турист бу ерга ўрганиш мақсадида боришади), Париж, Мадрид, Рим, Петербург, Қоҳира, Сингапур, Гонгконг, Рио-де-Жанеро ва шу каби шаҳарлардир. Туристларнинг қизиқиш объекти бўлиб қадимги жойлар, музейлар, ҳайкаллар, шаҳарларнинг чиройли ландшафтлари хизмат қилади.

ЎРТА (КЛАСС) БЎҒИНЛИ МЕҲМОНХОНА- Ўз сиғими бўйича отелдан катта (400-200 ўринли) шаҳар марказида ёки шаҳар атрофида жойлашган. Етарли даражада кенг хизматлар турини тақдим этади, улардаги нархлар у жойлашган минтақа даражасига тенг ёки ундан бир мунча юқорироқ бўлиши мумкин. Бизнесменлар, хусусий туристлар, конгресс, конференция иштирокчиларни ва ҳақозоларни қабул қилиши мумкин.

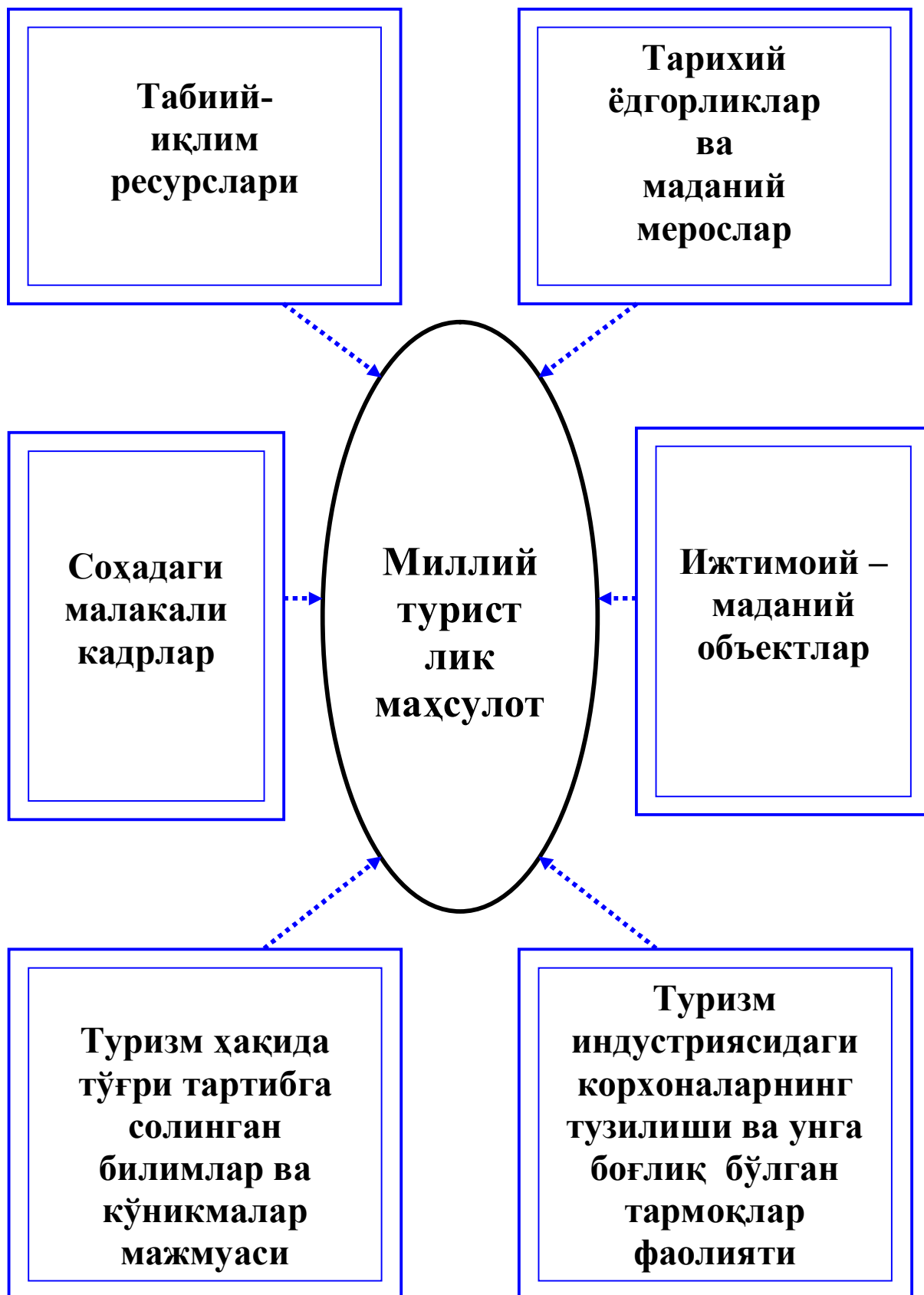
ҚИШЛОҚ ТУРИЗМИ - FARM TOUR, RURAL TOUR. Дам олиш вақти ҳар қандай шаҳарлик учун қишлоқдами ёки дала ховлидами жуда ҳам мароқлидир. Бу ҳаёт талаби бўлиб, доимо дала ховлиларини ёки бошқа жойларни кўп йиллар давомида синалган ва текширилган жойларда дам олиш учун ижарага олинади

ҚУМСАШ ТУРИЗМИ – бу асосан қариндош ёки дўстларини зиёрат қилишга мўлжалланган бўлиб, ўз мамлакатларидан айрим сабабларга кўра кўчиб кетган кишилар билан боғлиқ.

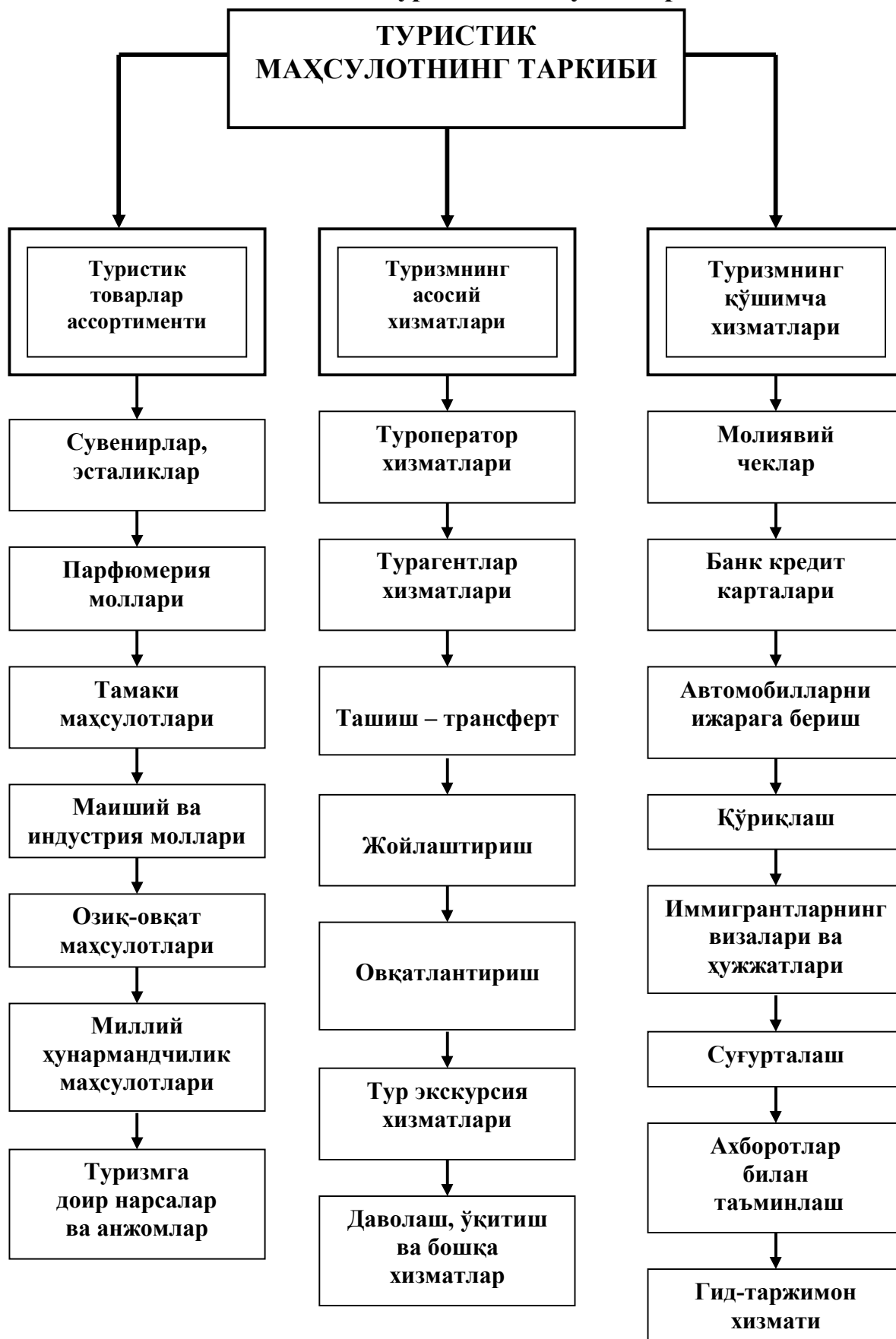
ҲАВО ОРҚАЛИ ТАШИШ ТУРИЗМИ. Ташишнинг каттагина қисмини ҳаво орқали ташишлар ташкил этиб, улар узоқ масофаларга ташишга асосий эътиборни қаратади. Бундан ташқари қитъалараро, океанлар орқали ташиш ҳам киради. Йўловчиларни ташишга мўлжалланган юқори тезликка эга ва хавфсиз ҳаво лайнерларининг яратилиши билан туристларни қитъалараро ташиш ошиб кетди. Туристларни ташишда мавжуд маршрутлар билан бир қаторда «чартер» йўналишлари ҳам амалга оширилади.

ҲАЙВОНЛАР БИЛАН ҲАРАКАТЛАНАДИГАИ МАРШРУТЛАР (фил, туя, эшак, от, итларда). Horse riding tour - от билан сайр қилиш туристлик маршрути кенг тарқалган. Туристлар техника воситалари билан бориш қийин бўлган табиатнинг диққатга сазовор жойларига ана шу воситалар ёрдамида боришлари мумкин.

«Туристтик маҳсулотни ишлаб чиқиш технологияси» фани бўйича тарқатма материаллар



Миллий туристик маҳсулот таркиби



Туристтик махсулотнинг таркиби



**Қабул қилиш бўйича туроператорнинг функционал таркиби
Ташкиллаштирилаётган турларда транспорт воситаларининг
солиштирма тавсифи**

Турлари	Қулайликлари	Ноқулайликлари
Авто-турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Юқори ҳаракатчанлиги; • Имконият, йўллардаги бекатлар; • Юқори даражадаги ахборотлиги. 	<ul style="list-style-type: none"> • Қўлайлик даражасининг пастлиги; • Атроф-муҳитнинг ифлосланиши; • Керакли транспорт визаларини олишнинг шартлиги; • Катта бўлмаган ҳаракат тезлиги; • Хавфлилик даражасининг юқорилиги.
Темир йўл турлари	<ul style="list-style-type: none"> • Йўлдаги юқори қўлайлик; • Юқори даражадаги ахборотлиги; • Ўртача ҳаракатчанлик. 	<ul style="list-style-type: none"> • Транспорт визаларини олиш; • Юқори бўлмаган тезликда ҳаракатланиш; • Охирги манзилгача етиб бормаслик.
Авиа турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Юқори тезликдаги ҳаракатлар; • Йўлда ўрта ёки юқори даражадаги қўлайлик; • Катта ҳудудда ҳаракатланиш имконияти; • Транзит визаларига заруратнинг йўқлиги. 	<ul style="list-style-type: none"> • Турларда ахборотланганлик даражасининг пастлиги; • Хавфлилик даражаси.
Денгиз саёҳати	<ul style="list-style-type: none"> • Туристларга юқори даражадаги қўлайлик; • Овқатлантириш, бўш вақт, жойлаштириш имкониятларининг кенглиги; • Денгиз соҳилига бориш мумкинлиги (умуман визасиз). 	<ul style="list-style-type: none"> • Атроф-муҳит билан алоқанинг камлиги; • Тезликнинг пастлиги; • Йўл визаси.

Туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси

Тур типлари	Турист мақсадлари	Мисоллар
Фаол дам олиш	<ul style="list-style-type: none"> • Спорт билан шуғулланиш; • Саргузашт; • Янги ҳиссиётлар; • Фикрдошларни кидириш. 	Альпинизм, спелиотуризм ва бошқалар.
Пассив дам олиш	<ul style="list-style-type: none"> • Экологик ажойиб жойларда саёҳат; • Табиатда ором олиш. 	Курортларда дам олиш
Даволаниш	<ul style="list-style-type: none"> • Комфорт шароитда дам олиш; • Пархезли овқатланиш; • Организмни соғломлаштириш. 	Санаторияларда даволаниш
Танишув туризми	<ul style="list-style-type: none"> • Турли мамлакат ва минтақаларнинг маданияти, анъана ва одатлари билан танишиш; • Музей, театр, кўргазмаларга бориш ҳисобига дунёқарашни кенгайтириш; • Янги танишувлар. 	Европа пойтахтлари ўртасида автобус турлари
Хорижда таълим олиш	<ul style="list-style-type: none"> • Сертификат, диплом, лицензия олиш. 	Мальтада инглиз тили курслари
Зиёратчилик туризми	<ul style="list-style-type: none"> • Ибодат қилиш; • Расм-русумларда қатнашиш; • Диний зиёрат марказларига бориш. 	Ватикандаги турлар
Мавзули турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Умумий фикрдош кидириш; • Дунёқарашни кенгайтириш; • Тажриба алмашиш. 	Овчилар, балиқчилар учун турлар
Рурал турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Табиат билан уйғунлик; • Соғлиқни тиклаш; • Экологик тоза маҳсулотлардан фойдаланиш. 	Финляндиядаги коттежларда дам олиш
Интенсив турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Фаол ишчиларни мукофатлаш; • Иш сифатга боғлиқ ҳолда; • Ўзаро ҳамкорликни ривожлантириш. 	Ғолибларга турли мукофот ва йўлланмалар бериш
Экотурлар	<ul style="list-style-type: none"> • Табиат билан уйғунлик; • Минтақалардаги флора ва фауна билан танишиш. 	Кўрикхона ҳудудларига экскурсия
Экстеримал турлар	<ul style="list-style-type: none"> • Ҳаёт ва соғлиқ учун хавфли. • Адреналинни кучайтириш. 	Альпинизм
Жамоавий дам олиш	<ul style="list-style-type: none"> • «Буюртмали» дам олиш; • Юқори даражадаги комфорт ва сифатли хизмат кўрсатиш; • Кўп мақсадли турлар (дам олиш, спорт, экскурсия ва б.). 	Гавайи оролларидаги клубли турлар

Туристтик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш

Сегмент	Сегмент талаблари	Сегмент билан ишловчи туроператор имкониятларига талаблар
Транспорт афзалликлари хусусиятлари бўйича сегментлантириш		
Авиатурлар	<ul style="list-style-type: none"> - учиш хавфсизлиги; - тўғри авиарейслар ёки маршрут бўйича қулай хизматлар мавжудлиги; - таклиф қилинаётган жойлаш-тириш воситалари ва тур дастурларининг турли ассортименти; -аэропротда хизмат кўрсатишни ташкил қилиш. 	<ul style="list-style-type: none"> -Авиакомпания билан шартнома муносабатларининг мавжудлиги (авиачипталарнинг сотилиши ҳақида ёки чартер ташишларни ташкил қилиш); - авиаташувчиларнинг ижобий имиджи; - учиш ва кўниш жойларига трансферлар.
Автотурлар	<ul style="list-style-type: none"> - қизиқарли маршрут; - автотурга юбориладиган гуруҳларнинг географик жойи; - турнинг арзонлиги. 	<ul style="list-style-type: none"> - автотурни ташкил қилиш тажрибаси ва лицензияга эга автоташувчилар билан алоқалар; -гуруҳни оператор ходимлар билан кузатиб бориш зарурияти.
Темир йўл турлари	<ul style="list-style-type: none"> - поезд ҳаракати давомида тўлиқ сервис; - тур маршрути ва йўлда хизмат қилиш класси; -жўнатиш, келиш жойлари; - турда кўчиб ўтиришнинг мавжудлиги ва тўхташ жойларининг давомийлиги. 	<ul style="list-style-type: none"> - темирйўл чипталарини тарқатиш бўйича шартлашув, прицеп вагонлари ёки туроператорларни ташкил қилиш имкониятлари; - гуруҳ турларини ташкил қилиш бўйича операторнинг бозор имкониятлари; - гуруҳни оператор ходимлар билан кўрсатиб бориш зарурияти; - сафарда туристларнинг дам олишини ташкил қилиш зарурияти.
Круизлар	<ul style="list-style-type: none"> - қизиқарли маршрут; - туристларнинг ташкиллаштирилган дам олиши, экскурсион дастур; - овқатланиш сифати; -каюталарнинг категорияси ва яшаш сифати; - круизга жўнатиш жойи. 	<ul style="list-style-type: none"> - операторда кема компанияси билан шартноманинг мавжудлиги; - ходимларнинг ташкилотчили - ги, бортда тадбирларни ташкил қилиш усули; - жўнатиш жойи ва кутиб олиш хизматини ташкил қилиш.
Дам олиш	<ul style="list-style-type: none"> - дам олиш учун меҳмонхоналарнинг кенг ассортименти; - режалаштирилган дам олишнинг жойи, рекреацион ресурслар - нинг таъсир қилиш хусусият - лари; - дам олишни ташкил қилиш; - сифатли овқатланиш. 	<ul style="list-style-type: none"> - ҳудуднинг рекреацион хусусиятларини билиш; -кўплаб меҳмонхоналар билан ишчанлик ва шахсий алоқаларнинг мавжудлиги; - офисда керакли ҳужжатларнинг мавжудлиги.
Даволаниш	<ul style="list-style-type: none"> - режалаштирилган дам олиш жойлари, 	<ul style="list-style-type: none"> -курорт ва алоҳида даволаниш профелини билиш;

	<p>ресурсларининг балонеологик самараси; -даволаниш услублари -нинг рўйхати; - санаторияларнинг кенг ассортименти ва уларда яшаш шароитлари.</p>	<p>- даволаш базаси ва санаторияларда жойлаштириш ҳамда озиклантириш сифати;</p>
Танишув турлари	<p>- кизиқарли маршрутлар; -экскурсия дастурларининг кенг танлови; - туристик марказларда меҳмонхоналарнинг қулай жойлашиши.</p>	<p>- экскурсион ҳужжатларнинг мавжудлиги ва турмарказлар ва экскурсияда турларнинг тўлиқ тасвирлаб бериш; - гуруҳ экскурсияларини ташкил қилиш тажрибаси, сайёҳлик марказларида гидларнинг мавжудлиги</p>
Таълим олиш	<p>- таълим олиш даврида яшашнинг шароитлари; - таълим олиш жараёнини ҳужжатлаштириш вариантлари (диплом, сертификатлаш, лицензиялари) ва уларни чет элларда апробация қилиш;</p>	<p>- хизматлар сифати кафолатланган чет эл ҳамкорлари билан шартнома алоқалари мавжудлиги</p>
Клубли дам олиш	<p>- клуб инфратузилмаси, у тақдим этаётган хизматлари ҳақида ахборот</p>	<p>- клуб билан шартнома алоқалари мавжудлиги; - жойлашган офиснинг мавжудлиги</p>
Таймшер	<p>- таймшер – сертификат соҳибларига тўлиқ хизмат кўрсатишни ташкил қилиш; -таймшер соҳиблари статуси тўғрисида максимал реал ахборот олиш; - дам олиш жойларини тез ва бирдан оммалашишини ташкил қилиш.</p>	<p>- потенциал мижозлар билан ишнинг махсус шароитларига риоя қилиш (кўпинча презентация шаклида); - мижозларнинг виза ва транспорт ҳимоясини кўрсатиш имкони; - фирманинг барча имконият -ларини ҳисобга олиш зарурлиги.</p>
Рурал турлар	<p>-дам олиш даврида сифатли ташкил қилинган дам олиш; - турларни буюртма учун тақдим этиш мақсадга мувофиқлиги; - у ёки бошқа жойлардаги дам олишнинг хусусият -лари бўйича тўлиқ тур-пакет ва максимал ахборот турлари.</p>	<p>- жойни ва жойлашиш воситаларини шахсан билиш; - ходимларнинг ташкилочилик хусусиятлари ёки ижодиёт жамоалари билан ишлаш малакаси (сайёҳларнинг дам олишини ташкил қилиш).</p>
Зиёрат турлар	<p>- кизиқарли маршрут ташкил қилиш; -турда кизиқарли экскурсия дастурларининг мавжудлиги;</p>	<p>- зиёратчилар учун мумкин бўлган имтиёзлар ва чегирмалар тўғрисида ахборотни билиш; - дин масаласида ходимлар -нинг компетентлиги.</p>

Инсентив турлар	<ul style="list-style-type: none"> - турлар нархи ва сифатининг оптималлиги; - оилалар билан сафар қилиш имкони. 	<ul style="list-style-type: none"> - гуруҳли миждозлар билан фаол ишлаш.
Экстрим турлар	<ul style="list-style-type: none"> - таклиф этилаётган маршрутларнинг хавфлилик даражаси ва имкони. 	<ul style="list-style-type: none"> - инструктор ва кузатиб боровчиларнинг мавжудлиги; - спорт ва туристик жиҳозларни ижарага олиш имкони.
Ишчан турлар	<ul style="list-style-type: none"> - турларнинг қисқалиги; - яққа сафарлар; - сафар вақтида бизнес билан шуғулланиш учун шароитлар; - таклиф этиладиган меҳмон - хоналарнинг жойлашиши. 	<ul style="list-style-type: none"> - ишчан одамлар, йирик фирмалар билан ишлаш тажрибаси; - иш сифатининг кафолатланганлиги, тезлиги ва аниқлиги.
Шоп турлар	<ul style="list-style-type: none"> - сафар маршрути; - юкларни ўтказиш шартлари; - бир жойда тезда юк сотиб олиш имкони; - юкларни текширув пунктларига расмийлаштиришда имтиёзлар мавжудлиги 	<ul style="list-style-type: none"> - мамлакат текширув органлари билан ишлаш тажрибаси.
Саб-турлар	<ul style="list-style-type: none"> - сафар маршрути ва мавзуси; - ҳамроҳлар ва уларнинг қизиқишлари; - жойлашиш воситаларини танлаш; - мавзули экскурсиялар - нинг сони ва сифати. 	<ul style="list-style-type: none"> - оператор ходимларнинг иждодий хусусиятлари; - жамоатлар, тўғарақлар, фуқаролар уюшмалари билан алоқаларнинг мавжудлиги.

Туризм соҳасининг таснифланиши

№	Таснифланадиган белгилар	Туризм турлари
1	Географик принцип бўйича	1.1 Миллий 1.2 Халқаро 1.3 Ички
2	Туристлик оқимлар йўналиши бўйича	2.1. Кирувчи 2.2. Чиқувчи
3	Мақсадлар бўйича	3.1. Рекреацион 3.2. Соғломлаштирувчи дам олиш 3.3. Билимини оширадиган дам олиш 3.4. Малакавий иш туризми 3.5. Илмий туризм 3.6. Спорт туризми 3.7. Шоп-турлар 3.8. Саргузаштли 3.9. Зиёрат (ҳаж) сафари 3.10. Қўмсаш 3.11. Экотуризм 3.12. Экзотик
4	Молиялаштириш манбаи бўйича	4.1. Социал туризм 4.2. Тижорий туризм
5	Ҳаракатланиш усули бўйича	5.1. Яёв 5.2. Авиатранспорт 5.3. Денгиз транспорти 5.4. Дарё транспорти 5.5. Автотуризм 5.6. Темир йўл транспорти 5.7. Велосипед транспорти 5.8. Уловларда 5.9. Аралаш
6	Жойлашув воситалари бўйича	6.1. Отелларга, меҳмонхоналарга 6.2. Мотелларга 6.3. Пансионатларга 6.4. Кемпингларга 6.5. Палаткаларга 6.6. Ротелларга 6.7. Ботелларга 6.8. Санаторийларга 6.9. Флотелларга 6.10. Хостелларга 6.11. Отел-клубларга 6.12. Турбазаларга 6.13. Туристлик уйларга 6.14. Аппартоментлар
7	Иштирок этувчилар сони бўйича	7.1. Индивидуал 7.2. Оилавий 7.3. Гуруҳлар бўлиб
8	Ташкилий шакллари бўйича	8.1. Ташкил қилинган 8.2. Ташкил қилинмаган

Туристлик маҳсулотга талаб сегментацияси

Мезонлар	Талаб сегментлари
Географик мезонлар	
1.Турист ташриф буюрадиган мамлакат	Чиқувчи Кирувчи Ички
2.Туристлик саёҳатдан географик мақсад	Дунё давлатлари бўйлаб туризм Дунёнинг алохида худудлари бўйлаб туризм Турист яшайдиган давлатнинг алохида худудлари бўйлаб туризм
Ижтимоий мезонлар	
1. Ёши	Ёшлар туризми (30 ёшгача) “Сениорлар” туризми (30 дан -45 ёшгача ва 45 дан 55 ёшгача) Болалар туризми
2. Жинси	Аёллар туризми Аралаш туризми
3. Туристнинг касби	Касбий белгилар бўйича сегментлар кўплиги махсус турлар Иқтисод, сиёсат ва жамият ҳаётининг турли соҳаларида ишлайдиган ходимлар учун махсус турлар
4. Оила бошлиғининг касби	Жамиятнинг турли ижтимоий қатламлари бўйича сегментлар(юқори менежмент, хизмачилар ва ҳ.к.)
5. Доимий яшаш жойидаги аҳоли пунктининг катталиги.	Катта, ўрта ва кичик шаҳарлардан туристлар Қишлоқ жойлардан туристлар
6. Оилавий туризм	Ёлғизлар туризми Боласи йўқ оилалар туризми Боласи бор оилалар туризми Кўп оилавий туризм
7. Миллати	Этник туризм
8. Диний йўналишлар	Диний туризм
9. Оила даромади	Ижтимоий туризм Люкс туризм Унча қиммат бўлмаган –эконом туризм Эксклюзив турлар
Психологик мезонлар	
1. Саёҳатлар	Рекреацион туризм Ишга боғлиқ туризм Спорт туризми Ўрганиладиган туризм Коммуникацион туризм

2. Туристнинг тоифаси	Турли хилдаги классификациялар (масалан, S-, F-, V-, A-, B-тоифадаги туристлар ва ҳоказо)
3. Мавсумийлик	Асосий мавсум Оралик Мавсумлараро Йилнинг ойлари бўйича
4. Саёҳатнинг ташкиллаштирилиши	Мустақил Воситачи орқали
5. Саёҳат тури	Гуруҳ билан Индивидуал
6. Фойдаланилувчи транспорт тури	Автотуризм Авиатуризм Велотуризм Автобус туризми Денгиз круизли туризми Дарё круизли туризми Шахсий транспорт Бошқа турдаги транспорт воситалари
7. Турар жой билан таъминланиш	Меҳмонхона Мотел Кемпинглар Шахсий уйлар ва хоналар Бошқа турдаги бинолар
8.Туристлик мақсаднинг узоқлиги	Сегментациялашнинг турли меъзонлари
9.Саёҳат муддати	Узоқ муддатли (21 кундан ошиқ) Ўрта муддатли (7-14 кун) Қисқа муддатли (2-4 кун)
10.Молияланиш шахобчалари	Ижтимоий туризм (кам таъминланган аҳоли учун ижтимоий суғурта томонидан маблағ ажратилади Интенсив турлар (фирма ходимлари ва уларнинг оиласи учун фирма томонидан тўланадиган рағбатлантирувчи турлар) Оилавий бюджет
11.Туристлик саёҳатни амалга оширишда қарор қабул қилишга ёрдам берувчи консултантлар, даллоллар)	Туроператорлар Турагентлар Танишлар Оммавий ахборот воситалари

Ўзбекистоннинг туристик салоҳияти

Ноёб маданий-тарихий мерос	Хилма хил ноёб табиий - иқлимий кўркем жойлар
<p>Жаҳон цивилизация марказларидан ҳисобланган, «Буюк ипак йўли»нинг марказида жойлашганлиги сабабли буюк тарихий меросга эга эканлиги. Самарқанд, Бухоро, Хива каби тарихий шаҳарларнинг мавжудлиги ва бошқалар.</p>	<p>Минтақада табиатнинг турли кўринишлари – чўллар, даштлар, воҳалар, тоғ ва музликларнинг мавжудлиги. Ундан ташқари ноёб ўсимлик ва ҳайвонот олами муҳофаза этиладиган миллий боғ, кўриқхона ва буюртмаларнинг фаолият кўрсатаётгани туризмни ривожлантириш ресурслари ҳисобланади.</p>
Рекреацион-гидроминерал ресурслар	Диний – тарихий диққатга сазовар жойлар
<p>Мамлакатимиз бир қанча минерал сув манбаларига эга. Бу ўз навбатида соғломлаштиришга имкон беради. Жумладан, Жанубий Оламушук шаҳарчаси ва Полвонтошда (Андижон вилояти) , Бухородаги “Ситораи Моҳи Хосса” Жиззах вилоятидаги Гагарин ва Ғаллаорол шаҳарларида, Муборак шаҳарчасида (Кашқадарё вилояти), Каттақўрғон шаҳри Нагорный темирйўл станциясида (Самарқанд вилояти) санатория-курорт, профилактика муассасаларида бу ресурс туридан кенг фойданилмоқда.</p>	<p>Диёримиз Улуғ Ислом дини ривожланишига ҳисса қўшган уламонлар ватани ҳисобланади. Имом Ал-Бухорий, Ал-Мотрудий, (Самарқанд), Ат-Термезий (Сурхондарё), Накшбандий (Бухоро) каби улуғ қадамжоларнинг мавжудлиги диний туризмни ривожланиши учун асос ҳисобланади</p>
Ноёб халқ урф-одатлари, маросимлари	
<p>Бой ўтмишга эга халқимизнинг такрорланмас урф-одат, анъаналарга эга. Халқ ижодиёти намуналари, хунармандчилик маҳсулотлари ҳеч кимни бефарқ қолдирмайи. Ундан ташқари фольклоршуносликни ривожланганлиги сайёҳларни ўзига жалб қилади.</p>	

Ўзбекистонда туристик ресурсларга бўлган талаб ва ундан фойдаланиш

Ресурслар	Маҳаллий саёҳатчилар талаби	Хорижий саёҳатчиларнинг талаби	Ресурс салоҳияти	Фойдаланиш даражаси
Рекреация ва экологик туризм ресурслари	паст	юқори	ўрта	паст
Маданий ва этнографик туризм ресурслари	ўрта	юқори	юқори	паст
Тарихий, меъморий ва археологик танишув ресурслари	ўрта	юқори	юқори	ўрта
Диний туризм ресурслари	юқори	ўрта	юқори	ўрта
Экзотик муҳит ва ҳар хил саргузашт ресурслари	паст	ўрта	ўрта	паст
Сервис сифати	паст	юқори	паст	паст

Ўзбекистоннинг турли ҳудудларида туризмни ривожлантириш имкониятлари¹

Туризм турлари	Шаҳар	Шаҳардан 10-20 км узоқликда	Қишлоқ жойлари	Одамлар яшамайдиган ҳудудлар
Тарихий – танишув	3	2	1	0
Археологик туризм	2	3	3	2
Экологик туризм	0	2	2	3
Саргузашт туризми	1	2	2	3
Фермерлик ёки қишлоқ туризми	0	2	3	1
Сув (денгиз) туризми	0	0	2	3
Этнографик туризм	1	2	3	0
Конгресс – бизнес туризм	3	1	1	0
Ихтисослашган туризм	1	2	2	2
Курорт ва санаториялар	1	3	3	3
Диний туризм	3	3	2	0
Ёшлар туризми	1	2	2	3
Геронтологик туризм	2	3	2	1
Шоп - турлар	3	2	1	0

Изоҳ: 3 - юқори даражада имконият, 2 - ўрта даражада имконият, 1 - паст даражада имконият, 0 – умуман имкониятнинг йўқлиги.

¹Н.Тухлиев, Т.Абдуллаева. Национальные модели развития туризма. Т.: ГНИ «O'zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006. – 83 с.



Ўзбекистон бўйлаб саёҳат !

“Наманган- Кукон- Риштон-Наманган”



Саёҳат дастури – 1 кунлик

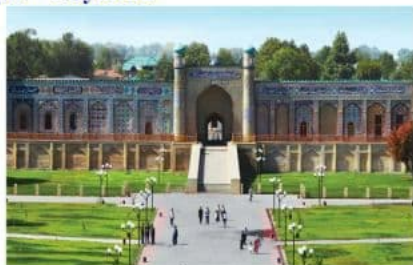
07:00 Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳри марказида йиғилиши.

07:30 Саёҳатчиларни Кукон шаҳрига кузатиш.

09:30 Кукон шаҳрига етиб келиш.

Кукон шаҳридаги диққатга сазовор жойларга зиёрат:

- Кукон Хони Худоёрхон Урдаси
- Кукон жомъе масжиди
- Хамза Хақимзода уй музейи



12:00 **Кукон шаҳридаги Ресторанида тушлик.**

Сиз Кукон миллий таоми ёки европа таомларидан тановвуд қилишингиз мумкин.

14:00 **Кукон шаҳридан Риштон туманига кузатиш**

14:30 **Риштон туманидаги диққатга сазовор жойларга зиёрат:**

- Хўжа Илгор (Мухаммад ибн Али ал-Ханафия)
- Мулла Исмадуллох Қори зиёратгоҳи
- Хизрбува зиёратгоҳи
- Хунарманд кулолчилар расталари

17:00 **Риштон туманидан Марғилон шаҳрига кузатиш**

- “Ёдгорлик” фабрикаси (миллий адрас-атлас, шойи, ғилам ишлаб чиқарилади)

19-30 **Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳрига етиб келиши.**



ИЗОХ: “NAMANGANTURIZM” MCHJ ТУР ПАКЕТ ИЧИГА Тушлик, экскурсия хизмати, кириш чипталари ва транспорт харажатлари. Манзил: Наманган шаҳар, Б.Машраб кўчаси 2-уй	Сайёҳ сони	1 киши учун
	24-48 киши «ИСУЗИ»	135 000 сум
	40-45 киши «Голден Дракон»	149 000 сум

Тел: 90-215-98-98, 69-227-23-00

Исматуллоҳ Қори жомеъ масжидига саёҳатни давом эттираемиз. Мухаммад ибн Али ал-Ханафия Пайғамбаримиз Муҳаммад С.А.В. кувлари Ҳазрати Алининг учинчи ўғиллари бўлиб, Ўрта Осиёда Ислом динини ёйишга келган эдилар. Бу ерда уларнинг қабрлари жойлашган.

12:00 "Аслиддин" ошхонасида тушлик.....

Ош марказлари деб Тошкент ва Самарқандни айтишади, аммо Фарғона водийси паловлари ўзгача. Айниқса аччиққина қизил қалампирли Риштон оши ҳақида ортиқча таъриф шарт эмас. Унинг донги дунё бўйлаб ёйилган. Бу ошни татиб кўрмаганлар эса Фарғонанинг Риштонига келишлари ва бу лаззатдан бахра олишлари керак бўлади.



13:30 Риштон бўйлаб саёҳат:

Ҳўжа Рушноий IX асрда Риштон шаҳрида яшаган табаррук инсондир. Ҳўжа Рушноий ҳам Пайғамбаримиз Муҳаммад С.А.В. авлодларидан бири бўлган. Рушноий – ёруғлик, яъни ёруғликка элтувчи ҳўжа деган маънони ифодалайди. Кўпроқ бу зиёратгоҳга бошига оғир мусиба тушган кишилар келиб нажот топишган.



Саёҳатчиларни Ўзбекистон ягона бўлган Кулолчилик маҳалласига олиб борамиз. Бу ернинг ўзига хослиги шундаки, жорий йилнинг 4 феврал куни Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев томонидан Халқаро кулолчилар Маркази очиб берилган. Майдон 1,1 гектар бўлиб, ушбу маҳаллада фақат уста ҳунармандлар яшаб, ҳам ижод, ҳам тирикчилик қилишади. Ҳар бир икки қаватли бинода битта ҳунармандлар оиласи исиқомат қилишади.

Кулолчилар маҳалласидан сўнг саёҳатчиларимиз Хизир бува зиёратгоҳига ташриф буюришади. Бу ерни халқ тилида Барака мазор ҳам деб аташади. Хизир бува зиёратгоҳи Риштон туманининг Бўстон қишлоқ фуқаролари йиғини ҳудудида жойлашган. Зиёратгоҳ ёнида Риштон кулолчиларининг савдо расталари қад ростлаган. Саёҳатчиларимиз бу ерда ўзлари учун эсдалик совғалари қаторида Риштон кулолчилик маҳсулотларини харид қилишлари мумкин бўлади.

17:00 Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳрига қайтиши.

Саёҳат тури: Зиёрат туризми, Хунармандчилик ва Шопинг туризм, Гастрономик туризм

Саёҳат бугунги кундаги санитария қоидаларига риоя қилган ҳолда ҳар бир саёҳатчига тиббий ниқоб берилади, автобус ва микроавтобуслар махсус антисепик воситалари билан таъминланади.

Саёҳат суммаси транспорт хизмати, тарихий жойларга кириш чипталари, овқатланиш, суғурта, гид хизмати, солиқ ва бошқа тўловларни ўз ичига олади.

Унинг тарихи ҳақидаги илк ёзма маълумотлар милoddан олдинги II асрнинг бошларида бу ерга келган хитой сайёҳи Чжянь Цянь битикларида учрайди. У битикларида водийда Давань давлати борлиги, бу давлатнинг маркази, улугвор шаҳар мавжудлиги хусусида ёзиб қолдирган. Қадимшунослар олиб борган тадқиқотлари асосида Давань давлатининг катта кентларидан бири Қўқон шаҳри ўрнида бўлганлигини аниқладилар.

Шаҳарнинг номи келиб чиқиши тўғрисида олимлар турли хил фикрлар билдирадилар. Баъзилари у "Хуркант" — тепаликдаги шаҳар мазмунини билдиради деса, бошқалари "Хўқан" — кичик кўза маъносини англатади, дейди. Айрим тадқиқотчилар эса "Хуканд" — ёқимли, хушманзара жой, латиф шаҳар мазмунидан келиб чиққан, деб баҳолайдилар.

Худоёрхон саройи — 1863-1873 йилларда барпо этилган бўлиб, Худоёрхон Қўқон хони ўзига сарой-қўرғон қурдиради, у ўрда деб номланиб, Бухоро равоғига қарама-қарши қад ростлаган. Сўнги Қўқон хони Худоёрхон томонидан қурилган мазкур тарихий ёдгорлик дастлаб 3 та қисм ва 114 хонадан иборат бўлган. Ҳозирги кунда фақатгина сўнги қисми ва 19 та хона сақланиб қолган.

Ҳамза Ҳакимзода Ниёзий 1889 йил 6 март куни Қўқон шаҳрида туғилган. Ҳамза Ҳакимзода Ниёзий — шоир, ёзувчи, педагог, театр арбоби. Ўзбекистон халқ ёзувчиси (1926). Солкашон маҳалласидаги эски мактаб ва мадрасада (1896—1906), кейин қисқа муддат Наманган мадрасасида (1908) таҳсил кўрган. Ҳамза кейинги ҳаёти ва фаолияти давомида қисқа муддат Қўқондаги рус-тузем мактабида ўқитувчи, «Шўрои ислом» ташкилотининг озуқа шўъбасида мирза, «Кенгаш» ва «Хуррият» журналларида муҳаррир (1917), Фарғона вилояти маданий-маориф бўлимида ходим (1918) лавозимларида ишлаган.

Қўқон Жоме Масжиди — Қўқондаги меъморий ёдгорлик (1819 — 22). Қўқон хони Умархон номи билан боғлиқ. Масжид улкан хонақоҳ ва уни уч томонидан ўраб олган 98 ёғоч устунли кенг айвон ҳамда минорадан иборат. Бино деворлари ганчқори, изо-ралари часпак услубида, айвон шифти тўсинлари ислимий ва гириҳ нақшлар, устунлар калла муқарнаслар, ўйма нақшлар билан безатилган, таг-курсилар мрамрдан ишланган.

17-00 Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳрига қайтиши.

Саёҳат тури: Зиёрат туризми, Хунармандчилик ва Шопинг туризм, Гастрономик туризм

Саёҳат бугунги кундаги санитария қоидаларига риоя қилган ҳолда ҳар бир саёҳатчига тиббий ниқоб берилади, автобус ва микроавтобуслар махсус антисепик воситалари билан таъминланади.

Саёҳат суммаси транспорт хизмати, тарихий жойларга кириш чипталари, овқатланиш, суғурта, гид хизмати, солиқ ва бошқа тўловларни ўз ичига олади.

ФАРҒОНА БЎЙЛАБ САЁХАТ! **"Наманган-Риштон-Қўқон-Наманган"**

08:00 Наманган шаҳри Амир Темур кўчаси 1-уйда жойлашган "GRAND SHERDOR"
Бутик-отелида тўпланиш.

08:30 Саёҳатчиларни Фарғона вилоятига кузатиш.

Риштон – Буюк Ипак йўлида ташкил топган, Фарғона водийсининг энг қадимий шаҳарларидан бири. Қадим замонлардан Марказий Осиёдаги энг йирик ажойиб сирланган сопол буюмлар маркази ҳисобланади. Шаҳар номи жойлашув жойига кўра, кулол тупроғи қизил гил – қизил рангга эга бўлиб, қадимий сўғд "Раш" ("Руш", "Руши") – "қизил ер" сўзидан пайдо бўлган.

10:30 Саёҳатчиларнинг Риштон шаҳрига ташрифи.

Риштондаги VII асрга оид Хўжа Илғор мақбараси (Мухаммад ибн Али ал-Ханафия) ва XIX асрга оид Мулла Исматуллоҳ Қори жомеъ масжидига саёҳатни давом эттирамиз. Мухаммад ибн Али ал-Ханафия Пайғамбаримиз Муҳаммад С.А.В. куёвлари Ҳазрати Алининг учинчи ўғиллари бўлиб, Ўрта Осиёда Ислом динини ёйишга келган эдилар. Бу ерда уларнинг қабрлари жойлашган.

Хўжа Рушноий IX асрда Риштон шаҳрида яшаган табаррук инсондир. Хўжа Рушноий ҳам Пайғамбаримиз Муҳаммад С.А.В. авлодларидан бири бўлган. Рушноий – ёруғлик, яъни ёруғликка элтувчи хўжа деган маънони ифодалайди. Кўпроқ бу зиёратгоҳга бошига оғир мусиба тушган кишилар келиб нажот топишган.

Саёҳатчиларни Ўзбекистон ягона бўлган Кулолчилик маҳалласига олиб борамиз. Бу ернинг ўзига хослиги шундаки, жорий йилнинг 4 феврал куни Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев томонидан Халқаро кулолчилар Маркази очиб берилган. Майдони 1,1 гектар бўлиб, ушбу маҳаллада фақат уста ҳунармандлар яшаб, ҳам ижод, ҳам тирикчилик қилишади. Ҳар бир икки қаватли бинода битта ҳунармандлар оиласи исиқомат қилишади.

12:30 "Аслиддин" ошхонасида тушлик-----Разрыв раздела (на текущей странице)-----

Ош марказлари деб Тошкент ва Самарқандни айтишади, аммо Фарғона водийси паловлари ўзгача. Айниқса аччиққина қизил қалампирли Риштон оши ҳақида ортиқча таъриф шарт эмас. Унинг донғи дунё бўйлаб ёйилган. Бу ошни татиб кўрмаганлар эса Фарғонанинг Риштонида келишлари ва бу лаззатдан баҳра олишлари керак бўлади.

13:30 Саёҳатчиларнинг Риштондан Қўқон шаҳрига саёҳат:

14:30 Саёҳатчиларнинг Қўқон шаҳридаги диққатга сазовор жойларига ташрифи:

Қўқон Фарғона водийсидаги энг қадимий шаҳарлардан бири ҳисобланади.



Ўзбекистон бўйлаб саёҳат !



“Наманган-Кукон-Риштон-Наманган”

Саёҳат дастури – 1 кунлик

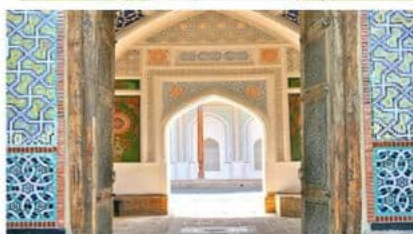
07:00 Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳри марказида йиғилиши.

08:00 Саёҳатчиларни Кукон шаҳрига кузатиш.

09:30 Кукон шаҳрига етиб келиш.

Кукон шаҳридаги диккатга сазовор жойларга зиёрат:

- Кукон Хони Худоёрхон Урдаси



12:00 Кукон шаҳридаги Ресторанида тушлик.

Кукон шаҳридаги диккатга сазовор жойларга зиёрат:

- Кукон жомъе масжиди
- Хамза Хақимзода уй музейи

14:00 Кукон шаҳридан Риштон туманига кузатиш

15:00 Риштон туманидаги диккатга сазовор жойларга зиёрат:

- Хизрбува зиёратгоҳи (БАРАКА мазор)
- Хунарманд қўлолчилар расталари

16:00 Риштон туманидан Наманган шаҳрига кузатиш.

18-00 Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳрига етиб келиши.

ИЗОХ: **“NAMANGANTURIZM” MCHJ**
ТУР ПАКЕТ ИЧИГА

Тушлик, экскурсия хизмати, кириш чипталари
ва транспорт харажатлари.

Манзил: Наманган шаҳар, Б.Машраб кўчаси 2-уй

Сайёҳ сони

1 киши
учун

30-35 киши
«Голден Дракон»

160 000 сум



Ўзбекистон бўйлаб саёҳат !

“Наманган-Кукон-Риштон-Наманган”



Саёҳат дастури – 1 кунлик

07:00 Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳри марказида йиғилиши.

08:00 Саёҳатчиларни Кукон шаҳрига кузатиш.

09:30 Кукон шаҳрига етиб келиш.

Кукон шаҳридаги диккатга сазовор жойларга зиёрат:

- Кукон Хони Худоёрхон Урдаси



12:00 **Кукон шаҳридаги Ресторанида тушлик.**

Кукон шаҳридаги диккатга сазовор жойларга зиёрат:

- Кукон жомъе масжиди
- Хамза Хақимзода уй музейи

14:00 **Кукон шаҳридан Риштон туманига кузатиш**

15:00 **Риштон туманидаги диккатга сазовор жойларга зиёрат:**

- Хизрбува зиёратгоҳи (БАРАКА мазор)
- Хунарманд қўлолчилар расталари

16:00 **Риштон туманидан Наманган шаҳрига кузатиш.**

18-00 **Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳрига етиб келиши.**

ИЗОХ: **“NAMANGANTURIZM” MCHJ**
ТУР ПАКЕТ ИЧИГА

Тушлик, экскурсия хизмати, кириш чипталари
ва транспорт харажатлари.

Манзил: Наманган шаҳар, Б.Машраб кўчаси 2-уй

Сайёҳ сони

1 киши
учун

30-35 киши
«Голден Дракон»

160 000 сум



Ўзбекистон бўйлаб саёҳат !



“Наманган-Поп-Кукон-Чуст-Туракургон-Наманган”

Саёҳат дастури – 1 кунлик

07:00 Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳри марказида йиғилиши.

08:00 Саёҳатчиларни Кукон шаҳрига кузатиш.

Патир Савдо растасидан савдо қилиш

09:30 Кукон шаҳрига етиб келиш.

Кукон шаҳридаги диққатга сазовор жойларга зиёрат:

- Кукон Хони Худоберхон Урдаси



12:00 ***Кукон шаҳридаги Ресторанида тушлик.***

Кукон шаҳридаги диққатга сазовор жойларга зиёрат:

- Кукон жомъе масжиди
- Хамза Хақимзода уй музейи

14:00 ***Кукон шаҳридан Наманганга кузатиш***

15:00 ***Чуст - Туракургон туманларига саёҳат:***

- Мавлоно Дутфудло Чуст Богига таширифи
- Исоқхон Тура Ибрат Музейини саёҳат қилиш

17:00 ***Наманган шаҳрига кузатиш.***

18-00 ***Саёҳатчиларнинг Наманган шаҳрига етиб келиши.***

ИЗОХ: “NAMANGANTURIZM” MCHJ
ТУР ПАКЕТ ИЧИГА

Тушлик, экскурсия хизмати, кириш чипталари ва транспорт харажатлари.

Манзил: Наманган шаҳар. Б.Машраб кучаси 2-уй

Сайёҳ сони

1 киши
учун

30-35 киши
«Голден Дракон»

145 000 сум

ФАРҒОНА БЎЙЛАБ САЁХАТ! **"Наманган-Марғилон-Риштон-Наманган"**

08:00 Наманган шаҳри Амир Темура кўчаси 1-уйда жойлашган **"GRAND SHERDOR"** Бутик-отелида тўпланиш.

08:30 Саёҳатчиларни Фарғона вилоятига кузатиш.

Марғилон шаҳридаги ипак маҳсулотлари ишлаб чиқаришга ихтисослашган **"Ёдгорлик"** корхонасини топиб бориш қийин эмас. Фарғонача услубда ишланган нақшинкор ёғоч зшиклар бу ерга киришни истовчилар учун доим очиқ.

09:45 Саёҳатчиларнинг Марғилон шаҳри марказидаги **"Ёдгорлик"** фабрикасига ташрифи.



"Ёдгорлик" аслида фабрикагина эмас, музей-фабрикадир. Ишлаб чиқаришнинг барча босқичлари (пилла толасидан тайёр мато ва ипак гилам тўқишгача) Марғилонда сақланиб қолган қадимий анъаналарга асосланади. Анъанавий устахоналарда асбоб-ускуна ва усталардан бошқа ортиқча нарса йўқ. Сайёҳлар уларга ҳақиқий музей экспонатига қарагандек қарайди.



Бу ерда қўл меҳнати билан яратилган маҳсулотлардан ташқари дунёда талаб катта бўлган техник ва бадий ипак матоларни ишлаб чиқариш бўйича механик устахона ҳам мавжуд. XX асрнинг 60-йилларида ўрнатилган 20 та станокдан ҳали ҳам фойдаланилади. Умуман олганда, фабрикага келган ҳар бир киши қисқа вақт ичида ипак ишлаб чиқариш тарихининг барча босқичларини ўз кўзи билан кўриши мумкин.

11:00 Риштонга саёҳат.

Риштон – Фарғона водийси ва Марказий Осиёнинг энг қадимий шаҳарларидан бири. Бу шаҳар қадимдан ноёб сирланган керамика маҳсулотларини ишлаб чиқариш билан танилган. Риштон вазалари, кўзалари ва лаганларидаги ранг-баранг гўзал нақшлар кўзни қувонтиради, улардаги таомлар эса янада мазали туюлади.



Бугунги Риштон шимолдан Бағдод, жанубий шарқдан Олтиариқ, ғарбдан Ўзбекистон ва Учкўприк туманлари, жанубдан Қирғизистон Республикаси билан чегарадош. Туманда битта шаҳар ва 11 та қишлоқ фуқаролар йиғини бор.



Риштондаги VII асрга оид Хўжа Илғор мақбараси (Мухаммад ибн Али ал-Ханафия) ва XIX асрга оид Мулла

ТЕСТ САВОЛЛАРИ

1. Саёҳат тушунчасига тўғри таъриф берилган қаторни белгиланг.

- а) Кишиларнинг бирор вақт давомида қандай мақсадлигидан қатъий назар бошқа жойга бориши.*
- б) узоғи билан бир йил муддатга жўнаб кетиши.
- в) аниқ мақсадли ва ташкиллаштирилган фаолият.
- г) тижорат мақсадида бирор жойга бориши.
- д) ҳамма жавоб тўғри.

2. Туризм истеъмолчилари ким?

- а) туристлар*
- б) хизматчилар
- в) туроператорлар
- г) турагентлар
- д) ошпазлар

3. Илк саёҳатчиларни топинг

- а) кўчманчилар.
- б) савдогарлар, зиёратчилар.
- в) аскарлар.
- г) чорвадорлар.
- д) а ва б.*

4. Туризмнинг саёҳатдан фарқи нимада?

- а) аниқликда ва режаликда.
- б) аниқ мақсад ва ташкиллаштирилганда.*
- в) узоқ муддат ва аниқ мақсадда.
- г) фақатгина ташкиллаштирилганда.
- д) муддатининг қисқалигида.

5. Туризмни ташкиллаштирувчилар кимлар

- а) Туроператорлар
- б) меҳмонхоналар
- в) ресторанлар
- г) турагентликлар
- д) ҳамма жавоб тўғри*

6. Туристтик индустрия нима?

- а) туристик ресурслар
- б) туристик саноат*
- в) туристик субъект
- г) туристик объект
- д) туристик хизмат

7. Замонавий туризмнинг асосчиси ким?

- а) Анисим Панкратов
- б) Глеб Травин
- в) Томас Кук*
- г) Бил Клинтон
- д) Иржи Ганзилик

8. Туризм тушунчасига тўғри таъриф берилган қаторни белгиланг.

- а) Жисмоний шахснинг доимий истиқомат жойидан соғломлаштириш, маърифий, касбий-амалий, ёки бошқа мақсадларда борилган жойда(мамлакатда) ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғулланмаган ҳолда узоги билан бир йил муддатга жўнаб кетиши.*
- б) кишиларнинг бирор вақт давомида қандай мақсадлигидан қатъий назар бошқа жойга бориши.
- в) узоқ муддатга жўнаб кетиши.
- г) илмий мақсадда бошқа жойга бориши.
- д) тўғри жавоб йўқ.

9. Асосий туристик хизматлар нечта?

- а) 1 та, б) 2 та, в) 3 та, г) 4 та*, д) 5 та

10. Кўшимча туристик хизматлар сони нечта?

- а) 100 дан ортиқ
- б) 200 дан ортиқ
- в) 300 дан ортиқ
- г) 400 дан ортиқ*
- д) 500 дан ортиқ

11. Туристик фoлият билан шуғулланиш ҳуқуқини белгиловчи ҳужжат нима?

- а) сертификат
- б) лицензия*
- в) диплом
- г) рухсатнома
- д) гувоҳнома

12. Ўзбектуризм Миллий Компанияси қачон таъсис этилган?

- а) 1991 йил
- б) 1992 йил*
- в) 1993 йил
- г) 1994 йил
- д) 1995 йил

13. Туризм тўғрисидаги Қонун қачон қабул қилинган?

- а) 1996 йил
- б) 1997 йил
- в) 1998 йил
- г) 1999 йил*
- д) 2000 йил

14. Туризм бўйича Самарқанд декларацияси қачон қабул қилинган?

- а) 1993 йил
- б) 1994 йил*
- в) 1995 йил
- г) 1996 йил
- д) 1997 йил

- 15. «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш давлат Дастури тўғрисида» ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони қачон қабул қилинган?**
- а) 1997 йил
 - б) 1998 йил
 - в) 1999 йил*
 - г) 2000йил
 - д) 2001йил
- 16. Туризм бўйича Бухоро декларацияси қачон қабул қилинган?**
- а) 1998 йил
 - б) 1999 йил
 - в) 2000йил
 - г)2001йил*
 - д) 2002 йил
- 17. Тошкент халқаро туристик ярмаркаси илк маротаба қачон бўлиб ўтган?**
- а) 1993 йил
 - б) 1994 йил
 - в) 1995 йил*
 - г) 1996 йил
 - д) 1997 йил
- 18. Ўзбекистон БТТга қачон аъзо бўлган?**
- а) 1992 йил
 - б) 1993 йил
 - в) 1994 йил*
 - г) 1995 йил
 - д) 1996 йил
- 19. Ўзбекистонда ички ишлар органлари томонидан бериладиган «виза»лар неча йилга берилади?**
- а) бир йилга
 - б) бир йилу олти ойга
 - в) икки йилга*
 - г) икки йилу олти ойга
 - д) уч йилга
- 20. Қўйидаги таърифлардан қайси бири “ички туризм” тушунчасини беради?**
- а) Бир мамлакат фуқаросининг бошқа мамлакатга саёҳат қилиши;
 - б) Фуқароларнинганиқ бир мамлакатда доимо яшаган ўша мамлакат миллий чегараси доирасида дам олиш, дунёни билишга бўлган қизиқишини қониқтириш, спорт машғулотлари билан шуғулланиш ва бошқа туристик мақсадларни амалга ошириш учун вақтинчалик чиқишидир;*
 - в) Бирор бир мамлакат шахсининг ўзи аҳолиси бўлмаган мамлакатга саёҳат қилиш учун келиши;

**«Туристтик маҳсулотни ишлаб чиқиш технологияси» фани бўйича
назорат саволлари:**

1. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.
2. Туроператорнинг асосий функциялари.
3. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.
4. Туризм тушунчасига таъриф.
5. Туризмнинг шаклланиши.
6. Туризм соҳасининг таснифланиши.
7. Туристтик бозорнинг функциялари ва таркиби.
8. Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар.
9. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш
10. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик
11. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ)
12. Нодавлат, тижорат ва миллий халқаро туристик ташкилотлар
13. «Ўзбектуризм миллий компанияси»
14. Туристтик хизматларнинг хусусиятлари.
15. Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).
16. Хизматлар пакети
17. Хизмат кўрсатиш дастури.
18. Хизматлар етказиб берувчилари.
19. Турхизматларни лойиҳалаш.
20. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти.
21. Хизмат кўрсатиш анимацияси.
22. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.
23. Туристларни жойлаштириш воситалари.
24. Меҳмонхоналар таснифи. Меҳмонхона турлари.
25. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.
26. Тур тушунчаси.
27. Турларни режалаштириш ва шартномали режа
28. Саёҳатларни лойиҳалаштириш
29. Туристтик маҳсулот тушунчаси.
30. Туристтик маҳсулот ишлаб чиқиш.
31. Туристтик маҳсулотлар ишлаб чиқариш омиллари.
32. Туристтик маҳсулотлар хусусиятлари.
33. Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.
34. Туристтик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги.
35. Сотиш каналларини шакллантириш.
36. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.
37. Туризмда рекламанинг аҳамияти.
38. Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.
39. Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш.
40. Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.
41. Чакана турагентларни рағбатлантириш.

43. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.
44. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари.
45. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.
46. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

Test savollari

1. Xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan shartnomalar bo'yicha va turistlar ehtiyojlariga mos ravishda turlar komplektatsiyasi bilan shug'ullanadigan turistik firma?

- a) Turoperator
- b) Turagent
- c) Turagentlik
- d) Turist

2. Turistik paket ishlab chiqaruvchi tashkilot?

- a) Turoperator
- b) Turagent
- c) Turagentlik
- d) Turist

3. Turoperatorlar faoliyat turiga ko'ra qanday turlarga ajratiladi?

- a) Ommaviy bozor va maxsuslashgan turoperatorlar
- b) Mahalliy (ichki) va chiqish turoperator
- c) Qabul qiluvchi va chiqish turoperator
- d) Initsiativ va retseptiv turoperator

4. Turoperatorlar faoliyat joyiga ko'ra qanday turlarga ajratiladi?

- a) Ommaviy bozor va maxsuslashgan turoperatorlar
- b) Mahalliy, chiqish va qabul qiluvchi turoperator
- c) Ommaviy bozor, qabul qiluvchi va chiqish turoperator
- d) Maxsuslashgan, initsiativ va retseptiv turoperator

5. Ommaviy turizm joylariga charter aviareyslardan foydalangan holda turpaketlar sotadigan turoperator?

- a) Ommaviy bozor turoperatorlari
- b) Maxsuslashgan turoperatorlar
- c) Mahalliy (ichki) turoperatorlar
- d) CHiqish turoperatorlari

6. Bozorning ma'lum segmenti yoki mahsulotiga ixtisoslashgan turoperator?

- a) Ommaviy bozor turoperatorlari
- b) Maxsuslashgan turoperatorlar
- c) Mahalliy (ichki) turoperatorlar
- d) CHiqish turoperatorlari

7. O'zi faoliyat ko'rsatadigan mamlakat chegaralari doirasida turistik yo'nalishlar asosida turpaketlar ishlab chiqaridigan turoperator?

- a) Ommaviy bozor turoperatorlari
- b) Maxsuslashgan turoperatorlar

- c) Mahalliy (ichki) turoperatorlar
- d) CHiqish turoperatorlari

8. Turistlarlar boradigan mamlakatda joylashib, ularga xizmat ko'rsatadigan turoperator?

- a) Ommaviy bozor turoperatorlari
- b) Maxsuslashgan turoperatorlar
- c) Qabul qiluvchi turoperatorlar
- d) CHiqish turoperatorlari

9. Turistlarni qabul qiluvchi operatorlar yoki to'g'ridan-to'g'ri turistik korxonalar bilan shartnoma asosida xorijga yoki boshqa hududlarga jo'natadigan turoperator?

- a) Ommaviy bozor turoperatorlari
- b) Maxsuslashgan turoperatorlar
- c) Initsiativ turoperator
- d) Retseptiv turoperatorlari

10. Qabul qilish joyida qabul qiluvchi va xizmat yetkazib beruvchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri shartnomalar asosida ish olib boradigan turoperator?

- a) Ommaviy bozor turoperatorlari
- b) Maxsuslashgan turoperatorlar
- c) Initsiativ turoperator
- d) Retseptiv turoperatorlari

11. Turistlarni qabul qilish uchun turlarni shakllantirish bilan shug'ullanadigan turoperator?

- a) Ommaviy bozor turoperatorlari
- b) Maxsuslashgan turoperatorlar
- c) Initsiativ turoperator
- d) Retseptiv turoperatorlari

12. Tijorat maqsadida turmahsulotni realizatsiyasini, uni taklif etuvchi, tayyorlash va rejalashtirishda bevosita ishtirok etuvchi turizm bozorini faol sub'ekti?

- a) Turoperator
- b) Turagent
- c) Turagentlik
- d) Turist

13. Turistik xizmatlar ko'rsatish bozorida turoperator bajaradigan funktsiya to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) narxni shakllantirish, siljitish, axborotlashtirish, novatorlik, byudjetni shakllantirish, integratsiya, lobbilik

- b) narxni shakllantirish, siljitish, axborotlashtirish, novatorlik, byudjetni shakllantirish, integratsiya, lobbilik, rag'batlantirish
- c) siljitish, axborotlashtirish, novatorlik, byudjetni shakllantirish, integratsiya, lobbilik, rag'batlantirish
- d) narxni shakllantirish, siljitish, axborotlashtirish, byudjetni shakllantirish, integratsiya, lobbilik, rag'batlantirish, ijtimoiy himoya

14. Potentsial turistlarni aniqlash, turistik dasturlarga bo'lgan talablarni o'rganish, perspektiv xizmat ko'rsatish dasturlari, turlarni tuzish, ularning turistlar talablariga mos kelishini aniqlash maqsadida bozorda aprobatsiyadan o'tkazish kabi vazifalarni kim tomonidan amalga oshiriladi?

- a) Turoperator
- b) Turagent
- c) Turagentlik
- d) Turist

15. Turistik maxsulotni sotish va sotib olish jarayonini ta'minlovchi talab va takliflarni birlashtiruvchi, ishlab chiqaruvchi va turistik mahsulot iste'molchisi o'rtasida jamoaviy iqtisodiy munosabatlarni yuzaga keltiruvchi jabha?

- a) Turistik bozor
- b) Xizmatlar ko'rsatish bozori
- c) Iste'mol tovarlari bozori
- d) Qimmatli qog'ozlar bozori

16. Bozorda markaziy holatni kim yaratadi?

- a) Iste'molchi
- b) Turist
- c) Turoperator
- d) Turagent

17. Turistik bozorda turmahsulotlarni sotish jarayonining ketma-ketligi to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) xo'jalik sub'ekti-turoperator-turagent-iste'molchi
- b) turoperator-xo'jalik sub'ekti-turagent-iste'molchi
- c) xo'jalik sub'ekti- turagent-turoperator-iste'molchi
- d) turagent-turoperator-xo'jalik sub'ekti-iste'molchi

18. Zamonaviy turistik bozorning o'ziga xos xususiyati to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) Turistik xizmatlarning sezilmasligi
- b) Mehnatga moddiy manfaatni iqtisodiy tomondan ta'minlab berishi
- c) Iste'molchi (turist)ga turistik mahsulotni yetkazib berish
- d) Turistik mahsulotdagi iste'molchilik qiymati va sotuv qiymati

19. Zamonaviy turistik bozorning o'ziga xos xususiyati to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) Turistik mahsulotni amalga oshirishda mahsulotni sotib olish va uni iste'moli orasida vaqt uzilishi
- b) Mehnatga moddiy manfaatni iqtisodiy tomondan ta'minlab berishi
- c) Iste'molchi (turist)ga turistik mahsulotni yetkazib berish
- d) Turistik mahsulotdagi iste'molchilik qiymati va sotuv qiymati

20. Zamonaviy turistik bozorning o'ziga xos xususiyati to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) Turistik talabga mavsumiy almashuvlar va turistik oqimning ta'sir qilishi
- b) Mehnatga moddiy manfaatni iqtisodiy tomondan ta'minlab berishi
- c) Iste'molchi (turist)ga turistik mahsulotni yetkazib berish
- d) Turistik mahsulotdagi iste'molchilik qiymati va sotuv qiymati

21. Turistik bozorning o'ziga xos xususiyati to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) Mahsulot sifati ko'p xollarda aniq ijrochilarga bog'liq bo'lishi
- b) Mehnatga moddiy manfaatni iqtisodiy tomondan ta'minlab berishi
- c) Iste'molchi (turist)ga turistik mahsulotni yetkazib berish
- d) Turistik mahsulotdagi iste'molchilik qiymati va sotuv qiymati

22. Turistik bozorning o'ziga xos xususiyati to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) Turistik bozorda iste'molchi va ishlab chiqaruvchi o'rtasida hududiy tarqoqlikning mavjudligi
- b) Mehnatga moddiy manfaatni iqtisodiy tomondan ta'minlab berishi
- c) Iste'molchi (turist)ga turistik mahsulotni yetkazib berish
- d) Turistik mahsulotdagi iste'molchilik qiymati va sotuv qiymati

23. Axolining amaldagi narxlar darajasida turistik mahsulotni sotib olishga bo'lgan qodirligi?

- a) Turistik talab
- b) Turistik taklif
- c) Turistik ehtiyoj
- d) Turistik imkoniyat

24. Zamonaviy turistik bozorga xos bo'lgan funktsiya noto'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) Turistik mahsulotdagi iste'molchilik qiymati va sotuv qiymati
- b) Iste'molchi (turist)ga turistik mahsulotni yetkazib berish jarayonini tashkillashtirish
- c) Mehnatga moddiy manfaatni iqtisodiy tomondan ta'minlab berish
- d) Turistik xizmatlarning sezilmasligi

25. Quyida keltirilgan javoblarning qaysi birida turistik mahsulot taklifi hajmiga ta'sir etmaydigan omil keltirilgan?

- a) ishlab chiqarilgan maxsulot soni
- b) turistik industriyaning rivojlanish darajasiga
- c) turistik resurslar hajmi
- d) Turistik xizmatlarning sezilmasligi

26. Turistik bozorda turmahsulotni sotib olish istagi va imkoniyati bor iste'molchi (turistlar)lar nimani yuzaga keltiradi?

- a) Turistik talab
- b) Turistik taklif
- c) Turistik ehtiyoj
- d) Turistik imkoniyat

27. Iqtisodiy aloqalar tarkibiga kiruvchi xizmatni pulga yoki bo'lmasa pulni xizmatga almashtiruvchi jarayon nima deb ataladi?

- a) Turistik aylanma harakat
- b) Turistik marshrut
- c) Turistik xizmatlarni ayirboshlash
- d) Turistik mahsulotlarni sotish

28. Turistik aylanma harakat sxemasi to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang. 1) Turistik korxonada sotilgan turistik mahsulot uchun pulni oladi; 2) Turist o'zining istak-talabini qondiradi; 3) Turistik industriyaning rivoji uchun investitsiya o'tkazadi yoki yangi turdagi turistik mahsulotni sotib oladi; 4) Turist yo'llanmani sotib oladi va turistik kompaniyaga pul to'laydi; 5) Turistik korxonada sotilgan turistik mahsulot uchun boj va o'z ishchi xodimlariga oylik to'laydi.

- a) 4, 2, 1, 3, 5
- b) 1, 2, 3, 4, 5
- c) 2, 1, 4, 3, 5
- d) 3, 1, 2, 4, 5

29. Turistik korxonada iqtisodiyotiga ta'sir o'tkazuvchi tashqi muhit elementlari hisoblangan bozorlarni aniqlang.

- a) Ishchi kuchi, moliyaviy, investitsiyalar va turistik mahsulotlar bozori
- b) Moliyaviy, investitsiyalar, qimmatli qog'ozlar va turistik mahsulotlar bozori
- c) Ishchi kuchi, iste'mol tovarlari, investitsiyalar va turistik mahsulotlar bozori
- d) Fond birjalari, auktsionlar, investitsiyalar va turistik mahsulotlar bozori

30. Turistik faoliyatni rivojlantirish uchun zarur bo'lgan intellekt va ishchi kuchi jalb qilinuvchi jabha?

- a) Mehnat bozori
- b) Moliyaviy bozor
- c) Investitsiyalar bozori
- d) Turistik mahsulotlar bozori

31. Turistik bozorning muhim xususiyatlaridan biri hisoblangan komplementarlik – bu ...

- a) turistik mahsulot va xizmatning bir-birini to'ldira olishi
- b) turli jalb qiluvchi madaniy tadbirlarning qo'llanilishi
- c) turpaketga turli toifadagi mehmonxonalarni kiritilishi
- d) turistik tovar va xizmatlarni kengaytirish

32. Turistik mahsulot iste'molchilarining sanoqbay tavsifiga ko'ra turizm bozorlari qanday turlarga ajratiladi?

- a) Ommaviy, mashxur va individual
- b) Mehnat, moliyaviy va investitsion
- c) Ommaviy, mashxur va moliyaviy
- d) Investitsiyalar va turistik maxsulotlar bozori

33. Katta guruhlardan iborat, sayohat qiluvchi asosiy turistlar massasini o'z ichiga qamrab oladigan turistik bozor?

- a) Ommaviy turistik bozor
- b) Mashhur turistik bozor
- c) Individual turistik bozor
- d) Turistik maxsulotlar bozori

34. Bir muncha kam sonli turistlardan tashkil topgan, qimmat, inklyuziv, yuqori darajadagi servis va qimmatbaho mehmonxonalar, shuningdek sayohat davrida istaklariga qarab qo'shimcha xizmatlar uchun haq to'lanadi turistik bozor?

- a) Ommaviy turistik bozor
- b) Mashhur turistik bozor
- c) Individual turistik bozor
- d) Turistik maxsulotlar bozori

35. Mamlakat aholisining shu mamlakat bo'yicha sayohat qilish imkonini beradigan turizm?

- a) Ichki turizm
- b) Kirish turizmi
- c) CHiqish turizmi
- d) Tashqi turizm

36. Sayohatni tashkil qilishning tavsiflanishi bilan bog'liq holda turizm bozori qanday turlarga ajratiladi?

- a) tashkillashtirilgan va tashkillashtirilmagan
- b) ichki va tashqi
- c) kirish va chiqish
- d) milliy va xalqaro

37. Quyidagi javoblarning qaysi birida turizmni chegaralovchi asosiy omillar to'g'ri keltirilgan?

- a) Bo'sh vaqt va daromadning yetishmasligi
- b) Ishlayotgan ayollar orasida kar'era qilishga qiziquvchilarning kamligi
- c) Iste'molchilarning ta'lim darajasining pastligi
- d) Iste'molchilar daromadlarining cheklanganligi

38. Turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyati noto'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) Sezilmaslik
- b) Servis va iste'molchining o'zaro bog'liqligi
- c) Saqlanmaslik
- d) Samaradorlik

39. Turistik korxonalar tomonidan ko'rsatadigan asosiy xizmatlarga qanday xizmatlar kiradi?

- a) Tashish, joylashtirish va ovqatlantirish
- b) Ekskursiya, sug'urtalash va gid
- c) Ta'mirlash, prokat va valyuta ayirboshlash
- d) Telefon, maishiy va plyajlardan foydalanish

40. Turistik korxonalar tomonidan ko'rsatadigan qo'shimcha xizmatlarga qanday xizmatlar kiradi?

- a) Tashish, joylashtirish va ovqatlantirish
- b) Ekskursiya, sug'urtalash, joylashtirish va gid
- c) Ta'mirlash, prokat va valyuta ayirboshlash
- d) Telefon, ovqatlantirish va plyajlardan foydalanish

41. Turoperator va turagentlar turmahsulotlarni siljitish va sotishda shartli ravishda turistik sayohat bo'yicha xizmatlarni qanday toifalarga ajratadilar?

- a) Lyuks, birinchi klass, turistik va ekonom
- b) Bir, ikki, uch, to'rt va besh yulduzli
- c) Bir, ikki, uch, to'rt va besh tojli
- d) Eksklyuziv, yuqori, ommabop va tejamkor

42. Turlarni tashkil qilishda 5 yulduzli hashamatli mehmonxonalar, birinchi klass va biznes aviatsiya samolyotlarida uchish, hashamatli restoranlarda ovqatlanish, alohida turdagi mashinalarida harakatlanish, alohida gid xizmatlaridan foydalanish qanday toifadagi sayyohatga kiradi?

- a) Lyuks
- b) Birinchi klass
- c) Turistik
- d) Ekonom

43. Nisbatan yuqori darajali xizmat ko'rsatish tayanadigan, yulduzli mehmonxonalarda joylashtirish, biznes klass darajadagi samalyotlarda uchish, obro'li restoranlarda ovqatlanish, individual transfert, gid xizmatlaridan foydalanishni nazarda tutuvchi sayohat turi?

- a) Lyuks
- b) Birinchi klass
- c) Turistik
- d) Ekonom

44. 2-3 yulduzli mehmonxonalarda joylashtirish, doimo aviareyslarning iqtisod klasslarida uchish, shved stol tipi bo'yicha ovqatlanish, guruhli transfertni nazarda tutuvchi eng ommalashgan xizmat ko'rsatish turi?

- a) Lyuks
- b) Birinchi klass
- c) Turistik
- d) Ekonom

45. Yuqori darajada bo'lmagan xizmatlarni kam miqdorda taqdim etishni ko'zda tutuvchi, 1-2 yulduzli mehmonxonada va yotoqxonalar, o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish bo'yicha faoliyat yurituvchi kichik va kooperativ mehmonxonalarda joylashtirish, charter aviareyslarda uchish, ko'tib olish va kuzatish jamoat transportida amalga oshirilishga qaratilgan xizmat ko'rsatish turi?

- a) Lyuks
- b) Birinchi klass
- c) Turistik
- d) Ekonom

46. Turoperator tomonidan yaratilgan va ma'lum xizmatlar to'plami: tashish, joylashtirish, ovqatlanish, ekskursiyalar va boshqa xizmatlar to'plamidan iborat turistik mahsulot?

- a) Xizmatlar muajmuasi
- b) Turistik xizmat
- c) Turistik mahsulot
- d) Xizmatlar paketi

47. Oldindan rejalashtirilgan va dam olishning yoki turizmning ma'lum turi hamda turistlarning ma'lum ijtimoiy guruhiga va yoshiga yo'naltirilgan qat'iy xizmatlar to'plami?

- a) Inklyuziv tur
- b) Buyurtmali tur
- c) Sarguzashtli tur
- d) Eko tur

48. Iste'molchilarga guruhli yoki individual variantlar asosida taqdim etiladigan xizmatlar kompleksi?

- a) Tur xizmatlar muajmuasi
- b) Tur xizmat
- c) Tur mahsulot
- d) Tur paketi

49. Turistik sayohatlar qanday tarzda amalga oshiriladi?

- a) individual yoki guruhli
- b) ommaviy yoki guruhli
- c) guruhli va birgalikda
- d) alohida yoki yakka tartibda

50. Tur davomida turistlarga kompleks xizmat ko'rsatishda ishtirok etuvchi barcha korxonalar va tashkilotlar?

- a) xizmatlar yetkazib beruvchilar
- b) mehmonxonalar
- c) umumovqatlanish korxonalarini
- d) tashish xizmatlari korxonalarini

51. Xizmatlar bozorini tadqiq qilish va xizmatlar ijrochisining imkoniyatlarini inobatga olgan holda buyurtmachi bilan kelishilgan talablar to'plami?

- a) Xizmatlarni loyihalash
- b) Xizmatlarni rejalashtirish
- c) Xizmatlarni aniqlash
- d) Xizmatlarni belgilash

52. Turni loyihalash natijaci hisoblanmagan hujjatni aniqlang.

- a) Turistik sayohatning texnologik xaritasi
- b) Tashkilotning yuklanish grafigi
- c) Turistlarga xizmat ko'rsatish dasturi
- d) Sayohatda ishtirok etuvchi turistlar soni

53. Turistik xizmatlarga qo'yilgan asosiy talablarga nimalar kiradi?

- a) Majburiy hayot va sog'liq, mol-mulk xavfsizligi va atrof-muhit muhofazasi
- b) Marshrutli tashrifning davomiyligi, turistlar soni va ichki tashuvlarga mo'ljallangan transport turlari
- c) Xizmatlarni taqdim etish davri, ekskursiyalar va diqqatga sazovor ob'ektlar tarkibi va bo'sh vaqt tadbirlari kompleksi
- d) Transport vositalarining zaruriy miqdori va reklama axborot vositalarini tayyorlash tartibi

54. Turistik tashkilotlar hududi, turistik maqsadlarda foydalaniladigan ob'ektlar, binolarning ko'rkamligi, dizaynining mukammalligi?

- a) Estetiklik

- b) Erganomiklik
- c) Qulaylik
- d) Komplekslik

55. Xizmat ko'rsatishda davomiylik, turistik va ekskursion marshrutlarning murakkabligi, turistlarga taqdim etiladigan asbob-anjomlar, foydalaniladigan transport vositalari, mebel va boshqalarni turistlarning fiziologik va psixologik imkoniyatlariga muvofiq kelishi?

- a) Estetiklik
- b) Erganomiklik
- c) Qulaylik
- d) Komplekslik

56. Turoperatorning ijobiy imidji, doimiy mijozlari va bozorda mustahkam moliyaviy o'rnining shakllanishiga katta ahamiyat kasb etadigan, xizmat ko'rsatish strategiyasi maqsadlarini aniqlaydigan harakatlarning bosh rejasi?

- a) Xizmat ko'rsatish strategiyasi
- b) Xizmat ko'rsatish menejmenti
- c) Kompaniya ehtiyojlarini qondirish qobiliyati
- d) Kiritilgan kapitalga mos foyda olish

57. Turizm industriyasi sohasida kasbiy talab sifatida turistlarga ularni kutib olayotganimizdan xursandligimizni ko'rsata olish san'ati?

- a) Mehmondo'stlik
- b) Birodarlik
- c) Qardoshlik
- d) Hamjihatlik

58. Turizm bo'sh vaqtni o'tkazishning maxsus dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish bo'yicha faoliyat?

- a) Animatsiya
- b) Multiplikatsiya
- c) Dasturlash
- d) Loyihalash

59. Turistlar va ekskursantlarni "tirilgan" tarixiy personajlar kutib oladigan shou-muzeylar yoki kechasi, mehmonxonada turistlar ishtirokida shoular tashkil qilish?

- a) Animatsiya
- b) Multiplikatsiya
- c) Dasturlash
- d) Loyihalash

60. Turizmda sport o'yinlari va musobaqalar, raqs kechalari, karnaval, uyin, ma'naviy qiziqishlar sohasiga kiruvchi mashg'ulotlarni o'z ichiga oladigan dasturlar?

- a) Animatsion dasturlar
- b) Ekskursion dasturlar
- c) Sog'lomlashtirish dasturlari
- d) Faollashtirish dasturlari

61. Turli xil liboslarga asoslangan turistik mahsulotlar?

- a) Animatsion turizm
- b) Ekstremal turizm
- c) Eko turizm
- d) Sarguzasht turizm

62. Turistlar bilan doimiy ravishda ishlaydigan, asosiy vazifasi mijozlarni zeriktirib qo'ymaslik bilan mashg'ul bo'lgan turistik xizmatlarni ko'rsatuvchi shaxslar?

- a) Animatorlar
- b) Gidlar
- c) Ofitsiantlar
- d) SHveytsar

63. Iste'molchilar (turistlar)ning ma'lum istaklarini qondirishni ta'minlaydigan xususiyatlar majmuasi?

- a) Mahsulot sifati
- b) Mahsulotlar hajmi
- c) Xizmatlar ko'lami
- d) Turistlar soni

64. Iste'molchilar (turistlar)ning taxmin etiladigan yoki belgilangan ehtiyojlarini qondirish qobiliyatini aniqlaydigan xizmatlar tasniflarining majmui?

- a) Xizmatlar sifati
- b) Mahsulotlar hajmi
- c) Xizmatlar ko'lami
- d) Turistlar soni

65. Dam olish va sayohat qilish chog'ida turistlarning istak va ehtiyojlarini qondirish xususiyatiga ega bo'lgan xizmatlar va tadbirlar majmui?

- a) Turistik xizmat ko'rsatish sifati
- b) Turistik mahsulotlar hajmi
- c) Turistik xizmatlar ko'lami
- d) Turistlar soni

66. Turistlarni joylashtirish vositalarining ikki asosiy guruhlarini to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) Jamoaviy va individual
- b) Milliy va xorijiy
- c) Ichki va tashqi
- d) Bevosita va bilvosita

67. Turistlarni joylashtirish vositalari xalqaro tavsiyalarga ko'ra qanday guruhlariga ajratiladi?

- a) Mehmonxonalar va analogik korxonalar, tijorat va ijtimoiy joylashtirish vositalari, maxsuslashtirilgan joylashtirish vositalari, xususiy joylashtirish vositalari
- b) Mehmonxonalar, pansionatlar, plyaj mehmonxonalari, nomerlari bor klublar, mehmonlar uchun uylar
- c) Turistik bazalar, arzon-budjetli mehmonxonalar, turistik kempinglar, turistik qishloq uylar guruhi, bungalolar, ijtimoiy turizm korxonalari
- d) Davolash mehmonxonalari, mehnat va dam olish lagerlari, joylashtirishning transport vositalari, mehmonxonalar, boshpanalar, chaylalar, alp mehmonxonalar

68. Turistlarni joylashtirish vositalarining mehmonxonalar va analogik korxonalariga nimalar kiradi?

- a) Mehmonxonalar, pansionatlar, plyaj mehmonxonalari, nomerlari bor klublar, mehmonlar uchun uylar
- b) Turistik bazalar, arzon-budjetli mehmonxonalar, turistik kempinglar, turistik qishloq uylar guruhi, bungalolar, ijtimoiy turizm korxonalari
- c) Davolash mehmonxonalari, mehnat va dam olish lagerlari, joylashtirishning transport vositalari, mehmonxonalar, boshpanalar, chaylalar, alp mehmonxonalar
- d) Xususiy uylar, mehmonxonalar, xususiy agentlardan ijaraga olingan joylar, aholi orasidagi qarindoshlariga joylashtirish

69. Turistlarni joylashtirish vositalarining tijorat va ijtimoiy joylashtirish vositalariga nimalar kiradi?

- a) Mehmonxonalar, pansionatlar, plyaj mehmonxonalari, nomerlari bor klublar, mehmonlar uchun uylar
- b) Turistik bazalar, arzon-budjetli mehmonxonalar, turistik kempinglar, turistik qishloq uylar guruhi, bungalolar, ijtimoiy turizm korxonalari
- c) Davolash mehmonxonalari, mehnat va dam olish lagerlari, joylashtirishning transport vositalari, mehmonxonalar, boshpanalar, chaylalar, alp mehmonxonalar
- d) Xususiy uylar, mehmonxonalar, xususiy agentlardan ijaraga olingan joylar, aholi orasidagi qarindoshlariga joylashtirish

70. Turistlarni joylashtirish vositalarining maxsuslashtirilgan joylashtirish vositalariga nimalar kiradi?

- a) Mehmonxonalar, pansionatlar, plyaj mehmonxonalari, nomerlari bor klublar, mehmonlar uchun uylar

- b) Turistik bazalar, arzon-budjetli mehmonxonalar, turistik kempinglar, turistik qishloq uylar guruhi, bungalo, ijtimoiy turizm korxonalar
- c) Davolash mehmonxonalari, mehnat va dam olish lagerlari, joylashtirishning transport vositalari, mehmonxona, boshpana, chaylalar, alp mehmonxona
- d) Xususiy uylar, mehmonxona, xususiy agentlardan ijaraga olingan joy, aholi orasidagi qarindoshlarnikiga joylashtirish

71. Turistlarni joylashtirish vositalarining xususiy joylashtirish vositalariga nimalar kiradi?

- a) Mehmonxonalar, pansionatlar, plyaj mehmonxonalari, nomerlari bor klublar, mehmonlar uchun uylar
- b) Turistik bazalar, arzon-budjetli mehmonxonalar, turistik kempinglar, turistik qishloq uylar guruhi, bungalo, ijtimoiy turizm korxonalar
- c) Davolash mehmonxonalari, mehnat va dam olish lagerlari, joylashtirishning transport vositalari, mehmonxona, boshpana, chaylalar, alp mehmonxona
- d) Xususiy uylar, mehmonxona, xususiy agentlardan ijaraga olingan joy, aholi orasidagi qarindoshlarnikiga joylashtirish

72. Barcha turistik mehmonxonalarda to'rtta asosiy xizmatlar guruhi qaysi javobda to'g'ri keltirilgan?

- a) Joylashtirish, ovqatlantirish, hordiq chiqarish, maishiy xizmat ko'rsatish
- b) Tashish, joylashtirish, ovqatlantirish, hordiq chiqarish, maishiy xizmat ko'rsatish
- c) Rasmiylashtirish, joylashtirish, ovqatlantirish, hordiq chiqarish, maishiy xizmat ko'rsatish
- d) Tashish, joylashtirish, ovqatlantirish, hordiq chiqarish, qo'shimcha xizmat ko'rsatish

73. Yirik mehmonxona komplekslarining yagona bron qilish tizimlari qaysi javobda keltirilgan?

- a) Sabre, Galileo, Amadeus, Worldspan
- b) British Airways, Swissair, RLM, Covia
- c) Alitalia, Galileo, Amadeus, Worldspan
- d) Amadeus, Worldspan, Swissair, RLM, Covia

74. Turistik korxonaning turistlarning tegishli ehtiyojlarini qondirish borasidagi faoliyati natijasi?

- a) Turistik xizmat
- b) Ekskursiya
- c) Safar (poxod)
- d) Sayohat

75. Turistlarning ma'naviy, estetik va axborot ehtiyojlari qondirilishini ta'minlovchi turistik xizmat?

- a) Turistik xizmat

- b) Ekskursiya
- c) Safar (poxod)
- d) Sayohat

76. Marshrut bo'ylab harakatlanishning faol usullari yordamida turistlarning sog'lomlashtirish va ma'rifiy ehtiyojlari qondirilishini ta'minlovchi turistik xizmat?

- a) Turistik xizmat
- b) Ekskursiya
- c) Safar (poxod)
- d) Sayohat

77. Turistlar hayotini ta'minlashning ma'lum shart-sharoitlarida ularning sog'lomlashtirish va ma'rifiy ehtiyojlari qondirilishini ta'minlovchi turistik xizmat?

- a) Turistik xizmat
- b) Ekskursiya
- c) Safar (poxod)
- d) Sayohat

78. Turistlarning shaxsiy xavfsizligi, ularga tegishli mol-mulkning butligini ta'minlash hamda sayohat qilish paytida atrof-muhitga zarar yetkazmaslik?

- a) Sayohat xavfsizligi
- b) Davlat xavfsizligi
- c) SHaxsiy xavfsizlik
- d) Milliy xavfsizlik

79. Sotishning har qanday shakli va ko'rinishida hamma vaqt har biri ingliz alfavitining "P" harfi bilan boshlanadigan yetti marketing tadbirlari ketma-ketligi to'g'ri keltirilgan javobni aniqlang.

- a) Product-Planning-Place-People-Prices-Promotion-Process
- b) Product- Place-Planning-People-Prices-Promotion-Process
- c) Product-Planning- People-Place-Prices-Process-Promotion
- d) Product-Planning-Place-People- Promotion-Prices-Process

80. Bir mamlakatning ichida turli turistik xizmatlar sotadigan filiallar, bo'linmalar va vositachilik tashkilotlari tizimlari?

- a) Sotishning ichki kanallari
- b) Sotishning tashqi kanallari
- c) Sotishning xorijiy kanallari
- d) Sotishning milliy kanallari

81. O'z mamlakatida berilgan mamlakatga shartnomaga asosan turistik sayohatlar sotish majburiyatini qabul qilgan xorijiy turistik firma-vositachilarning ma'lum soni?

- a) Sotishning ichki kanallari
- b) Sotishning tashqi kanallari
- c) Sotishning xorijiy kanallari
- d) Sotishning milliy kanallari

82. Tovar ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga tomon harakatlanadigan yo'l?

- a) Sotish kanali
- b) Sotish sxemasi
- c) Sotish tarmog'i
- d) Sotish yo'li

83. Turoperatorlik firmasining o'ziga tegishli bo'lgan turlarni sotib oluvchilar bilan bevosita ish olib boradigan savdo nuqtalari?

- a) Xususiy sotishlar byurosi
- b) Savdo nuqtalari
- c) Sotish kanali
- d) Savdo shahobchalari

**«Туристтик маҳсулотни ишлаб чиқиш технологияси» фанидан
реферат мавзулари:**

1. Хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодийдаги ўрни
2. Туризмнинг мазмуни ва моҳияти.
3. Туризда хизматларнинг асосий тушунчалари.
4. Туризда операторлик хизматини ўрни.
5. Ўзбекистон Республикасининг туристик-экскурсион ресурслари
6. Ўзбекистон Республикасида туризмнинг ҳўқуқий асослари.
7. Операторлик хизматлари бизнеси, унинг хусусиятлари.
8. Операторлик хизматларини ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари.
9. Туризда операторлик фирмаларнинг функциялари.
10. Туризм операторлик хизматларини кўрсатиш технологияси.
11. Туристларни қабул қилиш ва жўнатишни ташкил қилиш.
12. Туристларга суғурта хизматларини кўрсатиш.
13. Туристларни овқатлантириш ва маиший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.
14. Хорижий туристларга виза ва транспорт хизматларини ташкил этиш.
15. Туризм операторлик фирмаларда меҳнатни ташкил қилиш.
16. Туристтик хизматлар сифатини бошқариш.
17. Туризм операторлик фаолиятида шартнома муносабатларини ташкил қилиш.

«Туристтик маҳсулотни ишлаб чиқиш технологияси» фани бўйича умумий саволлар

1. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.
2. Туроператорнинг асосий функциялари.
3. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.
4. Туризм тушунчасига таъриф.
5. Туризмнинг шаклланиши.
6. Туризм соҳасининг таснифланиши.
7. Туристтик бозорнинг функциялари ва таркиби.
8. Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар.
9. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш
10. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик
11. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ)
12. Нодавлат, тижорат ва миллий халқаро туристик ташкилотлар
13. «Ўзбектуризм миллий компанияси»
14. Туристтик хизматларнинг хусусиятлари.
15. Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).
16. Хизматлар пакети
17. Хизмат кўрсатиш дастури.
18. Хизматлар етказиб берувчилари.
19. Турхизматларни лойиҳалаш.
20. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти.
21. Хизмат кўрсатиш анимацияси.
22. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.
23. Туристларни жойлаштириш воситалари.
24. Меҳмонхоналар таснифи. Меҳмонхона турлари.
25. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.
26. Тур тушунчаси.
27. Турларни режалаштириш ва шартномали режа
28. Саёҳатларни лойиҳалаштириш
29. Туристтик масҳулот тушунчаси.
30. Туристтик маҳсулот ишлаб чиқиш.
31. Туристтик маҳсулотлар ишлаб чиқариш омиллари.
32. Туристтик маҳсулотлар хусусиятлари.
33. Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.
34. Туристтик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги.
35. Сотиш каналларини шакллантириш.
36. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.
37. Туризмда рекламанинг аҳамияти.
38. Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.
39. Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш..
40. Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.
41. Чакана турагентларни рағбатлантириш.
42. Туризмни ташвиқот қилиш.

43. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.
44. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари.
45. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.
46. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

«Туристтик маҳсулотни ишлаб чиқиш технологияси» фанидан курс иши мавзулари

1. Туристтик бозор, унинг таркиби ва вазифалари.
2. Ўзбекистонда туристик бозорни шакллантириш ва ривожлантириш.
3. Ўзбекистонда туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни такомиллаштириш.
4. Туризмда хизмат турлари ва хусусиятлари.
5. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш.
6. Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларини ташкил этиш.
7. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш.
8. Ўзбекистонда экологик туризмни ташкил этиш.
9. Ўзбекистон диний туризмни ташкил этиш.
10. Ўзбекистоннинг туристик ресурслари ва улардан самарали фойдаланиш.
11. Туризмда операторлик фирмаларнинг функциялари.
12. Туристларни овқатлантириш ва маиший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.
13. Халқаро туризмни мамлакат иқтисодиётига таъсири.
14. Туризмда транспорт хизматини ташкил этиш.
15. Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш.
16. Туристтик хизмат кўрсатиш стандартлари ва сертификацияси.
17. Туристтик ташкилот турлари ва уларни туризмни ривожланишидаги ўрни.
18. Туризмда экскурсия хизматини ташкил этиш.
19. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг истиқболлари.
20. Туризмда ҳамкорлик алоқалари.
21. Туризмда расмиятчиликлар тизими.
22. Туризмда ижтимоий-маданий сервисни ташкиллаштириш.
23. Туризмни ривожланишида ахборот технологияларини ўрни.
24. Туризмни ривожланишига таъсир этувчи омиллар.
25. Ўзбекистонда туристик ташкилотлар ва уларни фаолияти.
26. Ўзбекистонда туристик маршрутларни ишлаб чиқиш.

«Туристтик маҳсулотни ишлаб чиқиш технологияси» фани бўйича фойдали маслаҳатлар

“Туристтик маҳсулотни ишлаб чиқиш технологияси ўқув фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида бакалавир:

- туристик хизматларнинг моҳияти; туристларга хизмат кўрсатишда туроператорнинг функцияларини; туристик бозор тушунчаси; туристик бозорнинг вазифаларини; туристик маҳсулот тушунчаси; туристик маҳсулотлар хусусиятларини; туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари ҳақида **билиши керак.**

- туристларга туристик маршрутларини ишлаб чиқишни; турларни шакллантириш ва ташкил этиш; туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари; туристик фирмалар, меҳмонхоналар, ресторанлардаги бошқарув ва режалаштириш фаолияти билан бевосита танишиш **қўникмаларига эга бўлиши керак.**

- туристларга туристик маҳсулотларни сотишни асосий шакллари; туроператорлар билан шартномалар тузиш; туристик ҳужжатлар билан ишлаш; экскурсия хизматини ташкил этиш; хорижий туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш бўйича **малакаларига эга бўлиши керак.**

**«Туристтик маҳсулотни ишлаб чиқариш технологияси» фани бўйича
норматив ҳужжатлар**

1. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм ҳақидаги» Қонуни 1999 й. 20 август.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбектуризм МКни ташкил этиш тўғрисида»ги Фармони. 1992 й. 27 июн
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун малакали кадрлар тайёрлаш тўғрисида» ги Фармони. 1999 й. 30 июн
4. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбектуризм МК фаолиятини ташкил этиш масалалари ҳақида»ги Қарори. 1992 й. 20 октябр
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ўзбекистон Республикасининг «Буюк Ипак Йўлининг қайта тикланишидаги иштирокини кучайтиришга ва Ўзбекистон халқаро туризмни ривожлантиришга бағишланган Фармони ҳамда Вазирлар Маҳкамасининг Ўзбекистон Республикасида замонавий халқаро туризм инфратузилмасини яратиш чора тадбирларига бағишланган № 210-сонли Қарори 1995 й.
6. Ўзбекистон Республикаси ташқи ишлар вазирлигида маданият, фан ва туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик бошқармасини ташкил этиш тўғрисидаги Қарори. 1996 й. 25 сентябр
7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг туристлик корхоналар фаолиятини ташкил этишни такомиллаштиришга бағишланган 346-сонли Қарори 1998 й.
8. Республикамиз Президенти томонидан «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури» 1999 й. 15 апрел
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» Қарори. 2002 й. 2 сентябр
10. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида Меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2002 йил 2 сентябрдаги 310-сон Қарорини қисман ўзгартириш ҳақидаги Қарори. 2003 й. 17 январ
11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан «Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисида»ги Низом. 2003 й. 11 октябр
12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг №144 сонли «Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтини ташкил этиш тўғрисида» ги Қарори 2004 й.
25 март
13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда сервис ва хизматлар соҳаларини ривожлантиришни жадаллаштириш бўйича тадбирлар» тўғрисидаги Қарори. 2006 й. 17 апрел

1-topshiriq

Turistik marshrutlarni ishlab chiqish tamoyillari:	Turizmda marshrutlar turlari

Jozibadorlik va betakrorlik, Tiklanmaydigan, Imkoniyatlarning yaratilganligi, Mazmundorlik, Axborotlashganlik, O'zgartirilgan, Faoliyatlik, Qulaylik, O'zgarmaydigan, Tiklanadigan, Yangi zamonaviy, Ko'p variantlilik, Qadimgi, Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi marshrutlar

2-topshiriq

Tur nomlari	Turning ta'rifi
	Inson o'zi uchun qulay, yangi yo'llar eskisiga nisbatan o'zining xavfsizligi, harakatlanishda ko'plab sharoitlar, imkoniyatlar mavjud-ligi bilan ajralib turadigan marshrutlarni ishlab chiqishi.
	Bunday marshrutlar asosan qadimiy marshrutlar bo'lib asrlar o'tishi va ilmiy-texnika taraqqiyoti tufayli marshrutda transport turlarining o'zgarishi tufayli dastlabki ahamiyatni umuman yo'qotgan marshrutlar hisoblanadi. Masalan: Eramizdan oldingi II-III asrlarda mashhur bo'lgan, asosan, tuya karvonlari bilan harakatlangan "Buyuk ipak yo'li" marshrutni zamonaviy avtomagistral yoki zamonaviy temir yo'l transporti tarmoqlari orqali tiklash.
	"Barcha yo'llar Rimga olib boradi" shiorida asosan dunyoning qadimiy, tarixiy obidalari, diniy rahnomalar dafn etilgan joylar, noyob haykallari joylashgan o'ziga xos manzillar bilan bog'liq bo'ladi.
	Alohida davlatning parchalanib ketishi, shaharlar, sanoat markazlari salohiyatining pasayishi yoki ilmiy-texnika taraqqiyoti rivoji bilan o'z mavqeini yo'qotishi. Masalan: Kolumb yoki Magellanning okeanlararo kemalarda oylab ketgan dengiz marshrutlarini tiklashga hech ham zarurat yo'q. Bunday marshrutlarni tiklash va turizmga foydalanish iqtisodiy jihatdan samara bermaydi. Bunday marshrutlarni zamonaviy samolyotlarda bosib o'tishi afzaldir.

O'zgartirilgan marshrutlar, O'zgarmaydigan marshrutlar, Tiklanadigan marshrutlar, Tiklanmaydigan marshrutlar, Jozibadorlik va betakrorlik, Qulaylilik, O'zgarmaydigan

3-topshiriq

Ovqatlanishda xizmatlar shakllari

“Shved stoli”

Hamma mijozlar uchun faqat bitta menyu tayyorlanadi (mijozlarga ovqat tanlash huquqi berilmaydi)

“Tabldot”

Restoran menyusida turistlar hoxlagan ovqat turini erkin tanlaydilar

“A lya Kart”

O'z-o'ziga xizmat ko'rsatish

4-topshiriq

<p>Mehmonxonalarda joylashgan turistlarni ovqatlantirishda xalqaro me'yorlar:</p>	1)
	2)
	3)
	4)
	5)

“ТУРИСТИК МАҲСУЛОТНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ
ТЕХНОЛОГИЯСИ”

ФАНИДАН

ТАҚДИМОТЛАР

Тузувчи: Д.Баймирзаев (НамДУ)

“TURISTIK MAHSULOTNI ISHLAB CHIQISH TEKNOLOGIYASI” FANINING MAQSADI VA VAZIFALARI

Reja:

1. Turoperatorlik tushunchasi
2. Fanning predmeti va ob’ekti
3. Turoperatorlik xizmatining turizmdagi ahamiyati
4. Turoperator asosiy funktsiyalari
5. Turoperator va turagentning o’rtasidagi farqlar
6. Turoperatorning qo’shimcha vazifalari

Tayanch so'z va iboralar:

turoperator, turoperatorlik faoliyati, turpaket, turagent,
ommaviy bozor turoperatorlari, maxsus (ixtisoslashgan)
turoperatorlar, initsiativ turoperatorlar, retseptiv
turoperatorlar

Turoperatorlik nima?

Turoperator - bu sayyohlar uchun turistik xizmatlar to'plamini ishlab chiquvchi kompaniya.

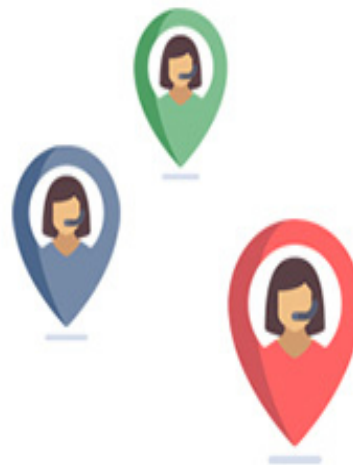
Turoperator – turizm sohasida ulgurji sotuvchi hisoblanadi.

Turoperatorning asosiy faoliyati ommaviy iste'mol talablariga mo'ljallangan turistik mahsulot ishlab chiqishdan iborat.

Turistik to'plamga nimalar kiritiladi?

Turistik to'plamga - mehmonxonada joy va chiptalarni bron qilish, barcha turdagi transferlar, ekskursiyalar va gidlar xizmatlari, vizalarni olish, tibbiy sug'urta va boshqa xizmatlar.

Turoperatorlar turlarni ishlab chiqadi va turagentlarga barcha zaruriy ma'lumotlarni taqdim etadi



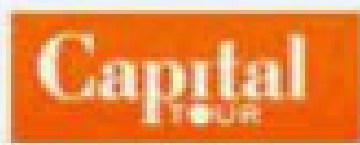
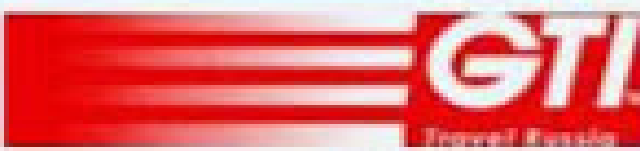
Turistlar turagentlardan turpaketlarni sotib oladilar

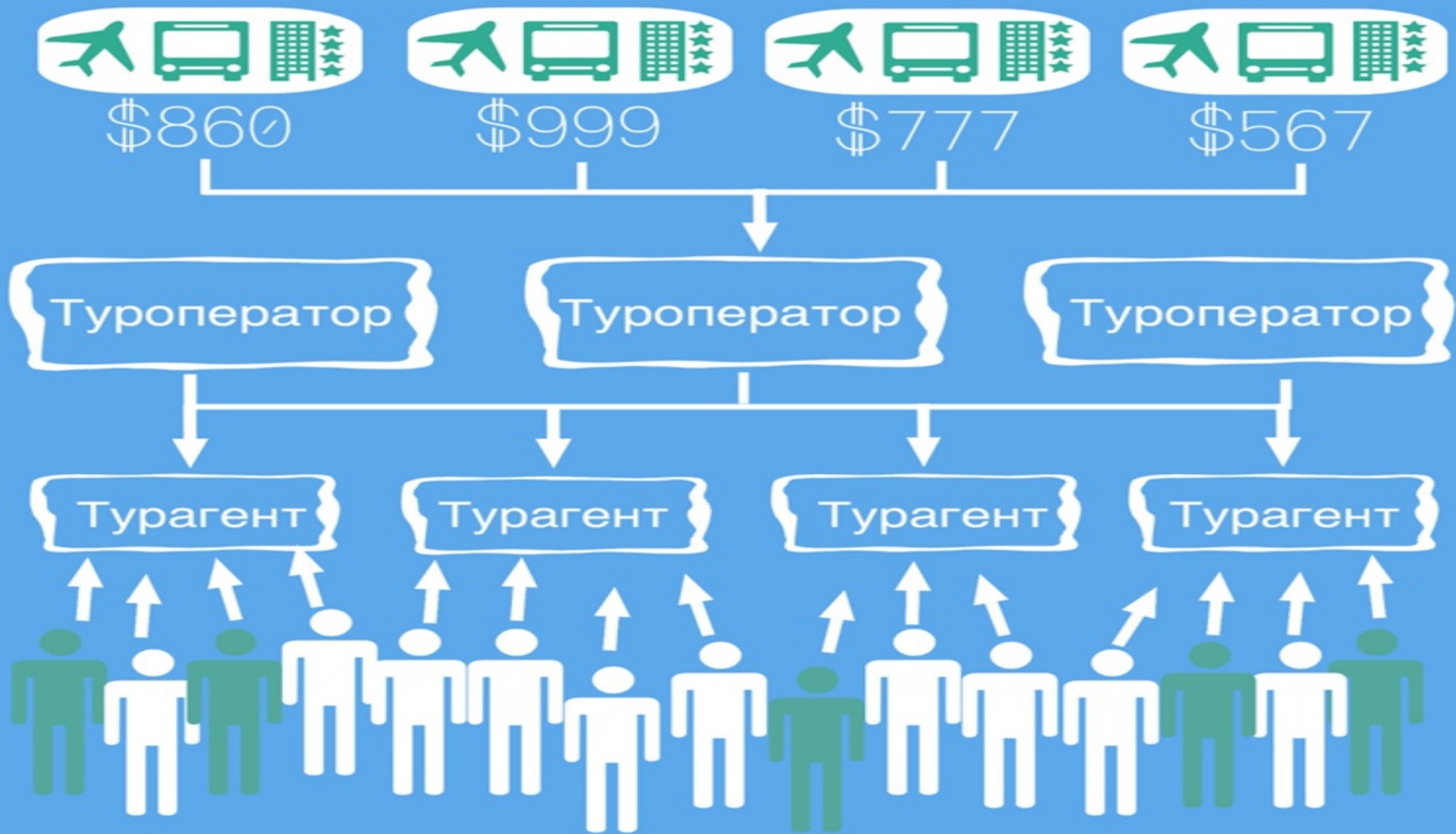


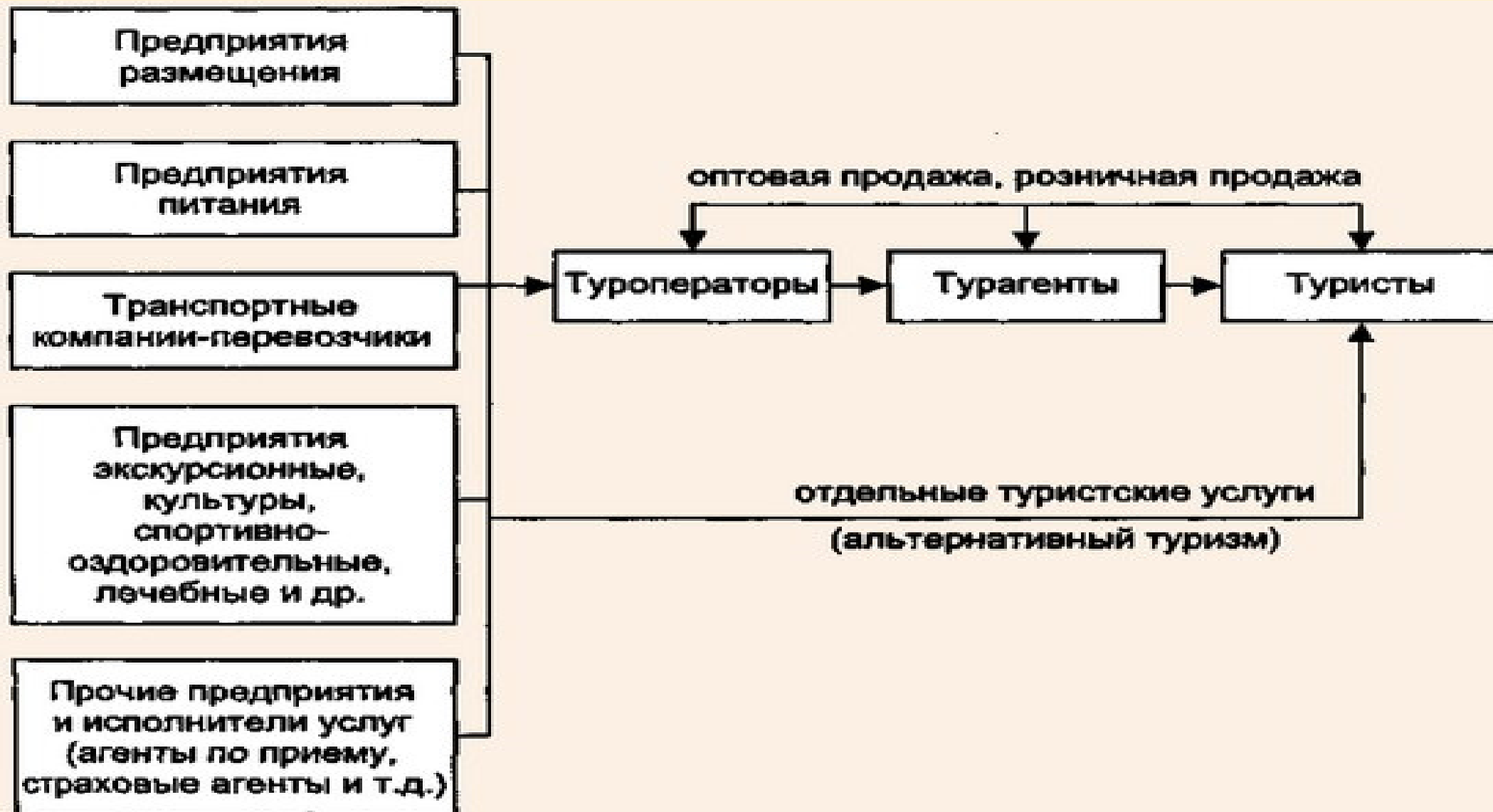
Turagentlar turoperatorlar tomonidan ishlab chiqilgan turpaketlarni sotadi hamda turagent har bir sotilgan tur uchun komissiya oladi.

ПОЛЕЗНО

ТУРОПЕРАТОР И ТУРАГЕНТ.







TUROPERATOR VA TURAGENTLIK VAKOLATLARI

	Turoperator	Turagent
Turistlarga turistik paketlarni sotish	+	+
Sayyohatlarda sifatli xizmatlar ko'rsatish bo'yicha mas'uliyatni o'z zimmasiga olish	+	+
Turistik paketlarni shakllantirish	+	-
Turistik paketlar uchun narxlarni o'rnatish	+	-
Turistlarga chegirmalar berish	-	+
Turistik paketlarni tanlashda yordam berish	-	+
Vizalarni rasmiylashtirishda ko'maklashish	-	+
Turistlarning da'volarini qabul qilish	+	+
O'z vakolatlari doirasida ko'rsatilgan sifatsiz xizmatlar uchun kompensatsiyalar to'lash	+	+
Da'vo qilishga yordam berish	-	+

Turoperatorning asosiy vazifasi?

Turoperator tashkilotchi bo'lib, uning asosiy vazifasi ekskursiyaning barcha tarkibiy qismlarini uyushtirishdan iborat.

Turoperator marshrutlarni standartlash, dasturlar va kompleks xizmat ko'rsatish yo'li bilan turistlarga yagona tur paketlarni sotadilar

Turoperator xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan shartnomalar tuzish asosida turistlar (sayyohlar)ning ehtiyojlariga mos ravishda turlar komplektatsiyasi bilan shug'ullanadigan turistik firmadir.

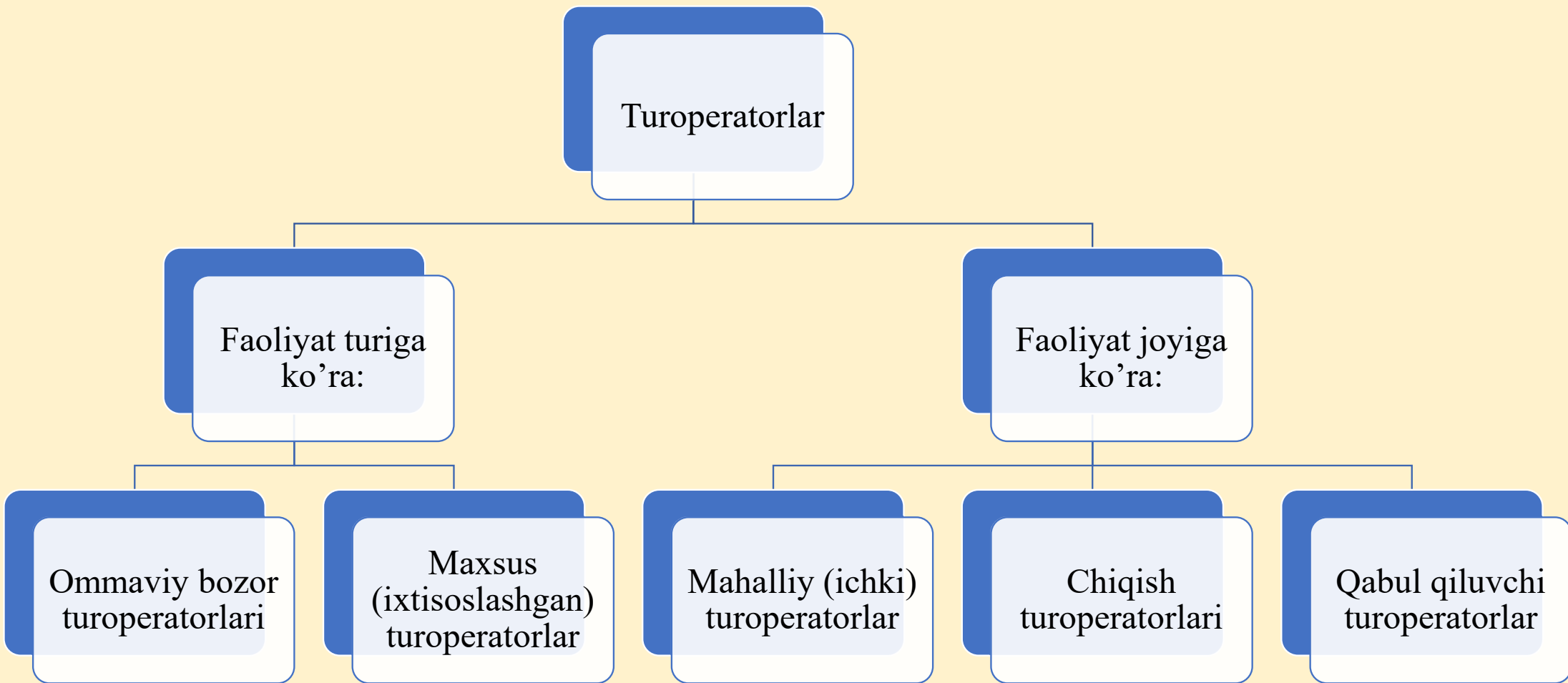
Turoperator - turistik paketlarni ishlab chiqish bilan shug'ullanadi.

Turoperator turistik yo'nalishlarni ishlab chiqish va turlar komplektatsiyasi, ularning amal qilishi, reklamani tashkil qilish, yo'nalishlar bo'yicha narxlarni hisoblash va belgilash, turlarni to'g'ridan-to'g'ri yoki turistik agentliklar vositasida turistlarga sotadi.

Turoperator paket shakllantirayotganda u turmahsulotlar ishlab chiqaruvchisi sifatida faoliyat yuritrsa, turoperator xizmatlarini alohida sotganda taqdirda turistik xizmatlarning ulgurji dileriga aylanadi.

Turistik agent (sayyohlik agentligi, turagentl) - bu oddiy fuqarolarga turistik paketni to'g'ridan-to'g'ri sotadigan kompaniya bo'lib, u uchun har bir sotilgan tur uchun turoperatoridan komissiya olinadi (o'rtacha 10-13%). Shu bilan birga, sayyohlik agentliklari ko'plab sayyohlik operatorlari bilan hamkorlik qilishlari va kimning narxlari eng yaxshi ekanligini bilishlari mumkin.

TUROPERATORLARNING TURKUMLANISHI



Turoperatorlar faoliyat turiga ko'ra:

Ommaviy bozor turoperatorlari

Maxsus (ixtisoslashgan) turoperatorlar

Ommaviy turizm joylariga charter aviareyslardan foydalanib turpaketlar sotuvchi

Bozorning ma'lum segmenti yoki mahsulotiga ixtisoslashgan turoperatorlar

Maxsus qiziqishlar turoperatorlari (sport-sarguzasht, Afrika Safari va b.)

Maxsus boriladigan joylar turoperatorlari (Angliya, Franciya va b.)

Ma'lum mijozlar guruhi turoperatorlari (yoshlar, oilalar va b.)

Ma'lum transport turlari foydalanadigan turoperatorlar (teploxod, kema va b.)

Turoperatorlar
faoliyat joyiga ko'ra:

Mahalliy (ichki)
turoperatorlar

Chiqish
turoperatorlari

Qabul qiluvchi
turoperatorlar

mamlakat chegaralari
doirasida yo'nalishlar
bilan birgalikda
turpaketlar tuzuvchi

turpaketlarni xorijiy
davlatlarga
yo'naltiruvchi

turistlar boradigan
mamlakatda
joylashgan va ularga
xizmat ko'rsatuvchi

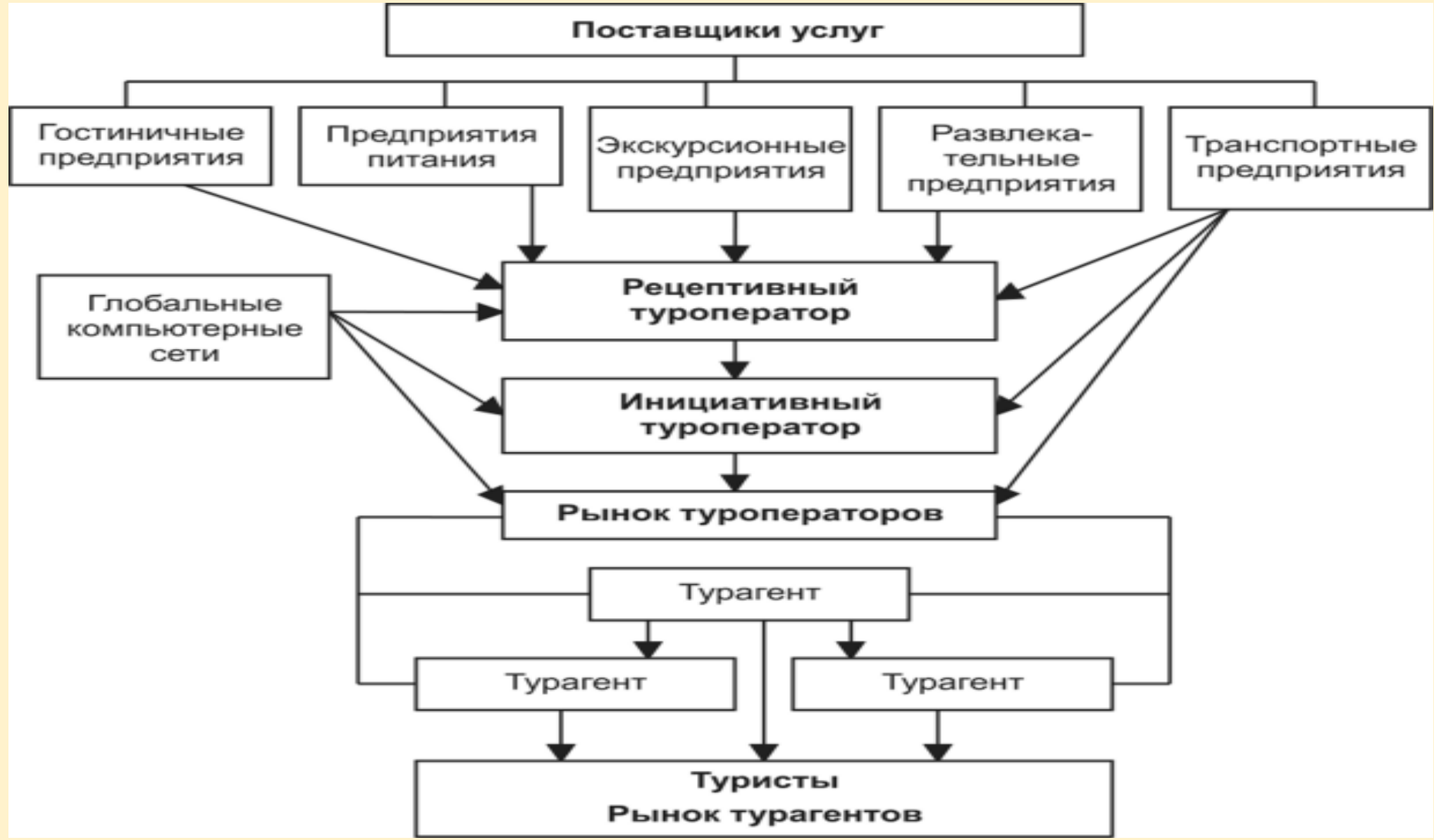
Bundan tashqari,
turoperatorlar

Initsiativ
turoperatorlar

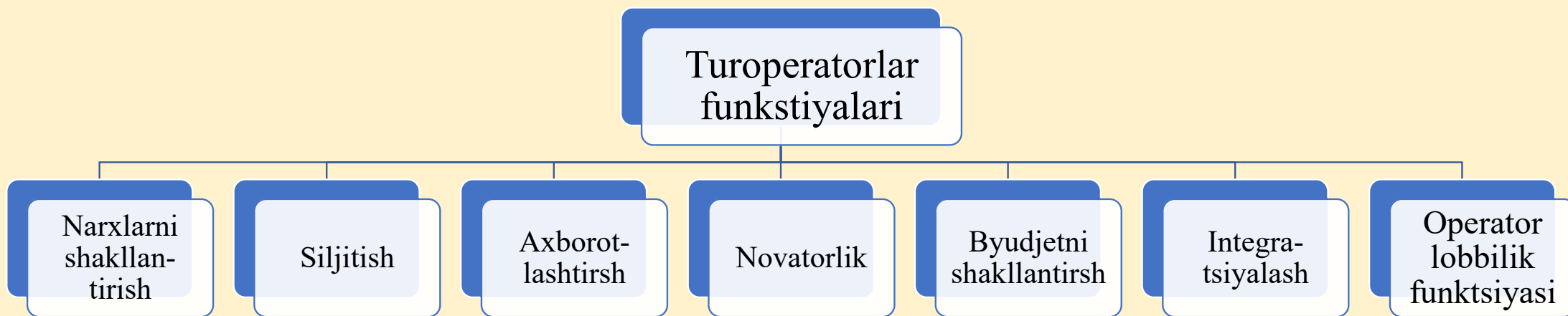
Retseptiv
turoperatorlar

turistlarni qabul qiluvchi yoki to'g'ridan-
to'g'ri turistik korxonalar bilan
shartnoma asosida xorijga yoki boshqa
hududlarga jo'natadigan operatorlardir

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



"Туризм тўғрисида"ги Қонун бўйича ўз туристик маҳсулотини шакллантирадиган ва унга ўз йўлланмасини чиқарадиган туристик ташкилотгина тuroperator ҳисобланади. Бундай талабларни турфирма бажаради.



Функции туроператора

- Функция планирования и формирования турпродукта
- Функция ценообразования
- Функция продвижения туристского продукта
- Новаторская функция
- Бюджетообразующая функция
- Операторское лобби
- Информативная функция

TURISTIK KORXONALAR FAOLIYATINI TASHKIL ETISH ASOSLARI

Reja:

1. Turoperatorning asosiy va qo'shimcha vazifalari.
2. Qabul qilish bo'yicha turoperatorning asosiy funksiyalari.

Таянч сўз ва иборалар:

туроператорнинг функциялари, қабул қилиш бўйича
туроператор, турмаҳсулот, туроператор вазифалари,
туристик сафар

Туроператорнинг асосий функциялари

Туроператорнинг асосий функциялари ва уларнинг кетма-кетлиги туристик сафарларни ташкил қилишда намоён бўлади.



ТУРИСТЛАРНИНГ ХОРИЖ САФАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

1) Туристтик сафарни умумий режалаштириш, туристик йўналишни танлаш (ташриф буюриладиган мамлакат) туризм турлари, туризмнинг сонли ҳажми, сафар давомийлиги ва тахминий санаси, нарх даражасига яқинроқ хизматлар тўплами ва классиклиги

- ✓ бозор конъютураси
- ✓ мақсадли бозор потенциалини баҳолаш
- ✓ туристик талабларни сигментлаш таҳлили
- ✓ турсоператорнинг молиявий, моддий-техник, персонл ва маъмурий ресурслари ҳисобга олиш

ТУРИСТЛАРНИНГ ХОРИЖ САФАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

2) Тегишли мамлакат(лар)да маҳаллий туроператорлар билан туристларга хизмат кўрсатиш ва қабулни ташкил қилиш бўйича ҳамкорлик ўрнатиш ва шартлар келишиб олиш;

- ✓ қабул қилинадиган туристларнинг умумий сони, гуруҳлар сони ва таркиби;
- ✓ жўнаб кетиш ва етиб келиш санаси;
- ✓ маршрут ва дастур (саёҳат кунлари бўйича);
- ✓ кўрсатиладиган хизматлар пакети (жойлаштириш, овқатланиш, учрашув ва кузатув, экскурсия ва бошқалар), уларнинг миқдори ва сифати;
- ✓ хизматлар пакети баҳоси;
- ✓ хорижий томон мажбуриятлари, виза олишга ёрдамлашиш, ҳисоб-китоб шартлари, сафарни бронлаш ва бекор қилиш, сотилган хизматларни бекамикўст бажарилиши бўйича жавобгарлик, рекламация (эътироз)
- ✓ тартиби ва бошқа шартлар

ТУРИСТЛАРНИНГ ХОРИЖ САФАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

3) Хорижий мамлакатда туристларга хизмат кўрсатиш шартларини келишиб олиш, миллий ёки хорижий ташувчилар билан гуруҳларни ёки индивидуал туристларни халқаро ташиш учун зарур ўринлар бронлаш;



ТУРИСТЛАРНИНГ ХОРИЖ САФАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

4) Турмаҳсулот (маҳсулотлар)ни туризмнинг миллий бозорига чиқариш чораларини кўриш;

- ✓ оммавий ахборот воситалари, реклама қилиш орқали турпакетларнинг сотилишини рағбатлантириш
- ✓ жамоатчилик билан алоқа, маркетинг фаолиятини йўлга қўйиш асосида таклиф қилинаётган турмаҳсулотга потенциал (реал) харидор чорлаш
- ✓ реклама таъсирчанлигига эришиш

ТУРИСТЛАРНИНГ ХОРИЖ САФАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

5) Туроператор томонидан турларни туристларга сотиш тизимини яратиш чора-тадбирларини кўриш;

- ✓ сотиш ҳудуди масштаби ва бозор талабини сигментлашга боғлиқ ҳолда кўп ёки кам сонда хусусий ва тобе бўлмаган чакана турагентликларидан фойдаланиш;
- ✓ сотиш тармоғини фаол ишлашга рағбатлантириш ва шароит яратиш;
- ✓ турларнинг сотилиши устидан доимий назоратни ушлаб туриш.

6) Туристлик сафарларни ташкил қилишнинг якуний босқичи туристлар билан ишлаш.

ТУРИСТЛАРНИНГ ХОРИЖ САФАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

Туристлар билан ишлаш:

1) ҳаридорларга таклиф қилинадиган сафар чоғида такдим этилган турлар ҳақида тўлиқ ахборотлар бериш, хорижга саёҳатни ташкил қилиш шартлари, турфирма ҳақида маълумотларни такдим этиш;

2) харидордан турга буюртма олингач, сотишни тасдиқлаш, тур ҳужжатларни расмийлаштириш учун тўловларни олиш (турагент томонидан);

Туристга:

- 1) имзолаган турнинг олди-сотди шартномаси;
- 2) тур-1 шаклидаги йўлланма, дастур, маршрут варақаси;
- 3) халқаро участка сафар учун транспорт ҳужжатлари;
- 4) қабул қилувчи фирма учун ваучер;
- 5) суғурта шартномаси ва полиси;
- 6) танланган мамлакатга саёҳат хусусиятлари ҳақидаги эслатма

ТУРИСТЛАРНИНГ ХОРИЖ САФАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

Туристлар билан ишлаш:

3) Туристга сотилган хизматларни турист хорижга жўнаб кетган пайтдан бошлаб кам-кўстсиз бажарилиши бўйича назорат ўрнатиш:

- ✓ хизматларни ўз вақтида камчиликсиз бажариш;
- ✓ йўл қўйилган нуқсонларни тезда бартараф этиш;
- ✓ кўзда тутилмаган вазиятларда туристларга ёрдам кўрсатиш.

4) рекламация ишлари, йўл қўйилган камчилик юзасидан туристларнинг даъво ва шикоятларни тартибга солиш:

- ✓ шикоятларни кўриб чиқиш;
- ✓ туристга етказилган моддий зарарни ундириб бериш.

ТУРОПЕРАТОР ВАЗИФАЛАРИ

- 1) Потенциал туристларнинг турлар ва туристик дастурларга бўлган талабларини ўрганиш;
- 2) Преспектив хизмат кўрсатиш дастурлари, турларни тузиш ва уларни туристлар талабларига мос келишини аниқлаш мақсадида бозорда апробациядан ўтказиш;
- 3) Турларга шартнома асосида хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик қилиш;
- 4) Тур, транстур қийматини ҳисоблаш ва бозор ҳолатини ҳисобга олган ҳолда нархларни аниқлаш;
- 5) Тур йўналиши бўйича саёҳат қилаётган туристларни барча зарур реклама-сувенир характеридаги материаллар, махсус анжом ва инвентарлар билан таъминлаш;

ТУРОПЕРАТОР ВАЗИФАЛАРИ

- 6) Йўналишда туристлар билан алоқада бўладиган, вазифаларни бажарадиган кадрларни танлаш, тайёрлаш ва белгилаш, хизмат кўрсатиш дастурларининг бажарилишини назорат қилиш ва мувофиқлаштириш (гид, экскурсоводлар, инструкторлар, аниматорлар, методистлар ва бошқалар);
- 7) Истеъмолчиларга ўз туристик маҳсулотини етказиш учун реклама ва информацион фаолият билан шуғулланиш;
- 8) Турагентлик тизими орқали истеъмолчиларга турмаҳсулотларни етказиш ва сотиш;
- 9) Хизмат кўрсатишнинг сифати ва ишончлилигини назорат қилиш;
- 10) Хизмат кўрсатиш жараёнида туристлар билан доимий тезкор алоқа пайдо бўладиган муаммоларни ҳал қилиш.

ТУРИСТИК МАҲСУЛОТНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ ВА УЛАРНИ СОТИШ УСУЛЛАРИ

Режа:

1. Туристтик бозор тушунчаси ва унинг вазифалари
2. Туристтик бозор таркиби ва инфраструктураси
3. Туроператор туристтик бозор қатнашчиси сифатида
4. Туристтик бозор истеъмолчилари

Таянч сўз ва иборалар:

Туристтик бозор, туристик хизмат, туристик талаб, туристик таклиф, оммавий туристик бозор, машҳур туристик бозор, индивидуал туристик бозор, таъсир қилувчи асосий омиллар

Туристтик бозор тушунчаси ва унинг вазифалари

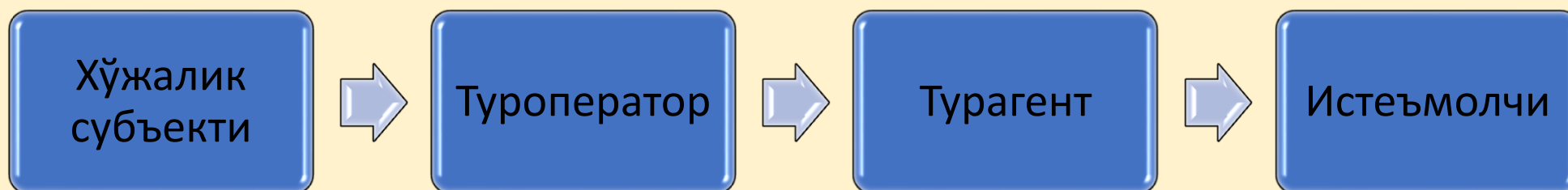
Туристтик бозор - туристик маҳсулотни сотиш ва сотиб олиш жараёнини таъминловчи, талаб ва таклифни бирлаштирувчи, ишлаб чиқарувчи ва туристик маҳсулот истеъмолчиси ўртасидаги иқтисодий муносабатлар мажмуи.



Туристтик хизматнинг пулга айланиши “сотиш-сотиб олиш” жараёни

Туристтик бозор тушунчаси ва унинг вазифалари

Туристтик бозор мураккаб жараён ҳисобланиб, тур маҳсулот билвосита даллол орқали сотилади.



Туристтик бозор тушунчаси ва унинг вазифалари

Туристтик бозор қуйидаги шарт-шароитлар тўлиқ амал қилганда самарали фаолият юритади:

- ✓ эркин рақобат муҳитининг амал қилиши (яъни бозор иштирокчиларининг ўз мақсадларини эркин оширишга интилиши (максимал фойда билан маҳсулотни сотиш ёки минимал ҳаражат билан маҳсулотни сотиб олиш));
- ✓ кўрсатилаётган хизмат ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифати ва хавфсизлиги бўйича асосий қоидаларнинг мавжудлиги;
- ✓ истеъмолчиларда эркин танлай олиш имконининг мавжудлиги.

Туристтик бозор тушунчаси ва унинг вазифалари

Замонавий туристик бозор функциялари:



1) Туристтик маҳсулотда истеъмол ва айирбошлаш қийматини шакллаштириш функцияси;



2) Истеъмолчи (турист)га туристик маҳсулотни етказиб бериш жараёнини ташкиллаштириш функцияси;



3) Меҳнатга моддий манфаатни иқтисодий томондан таъминлаб бериш функцияси

Туристтик бозор тушунчаси ва унинг вазифалари

Туристтик бозорнинг ўзига хос хусусиятлари:



1) Туристтик хизматларнинг сезилмаслиги;



2) Туристтик маҳсулотни амалга оширишда маҳсулот сотиш олиш ва уни истеъмолчи орасида вақт узилиши;



3) Туристтик талабга мавсумий алмашувлар ва туристик оқим шаклининг таъсири;



4) Маҳсулот сифатини аниқ ижрочиларга боғлиқлиги;



5) Туристтик бозорда истеъмолчи ва ишлаб чиқарувчи ўртасида худудий тарқоқликнинг мавжудлиги

Туристтик бозор тушунчаси ва унинг вазифалари

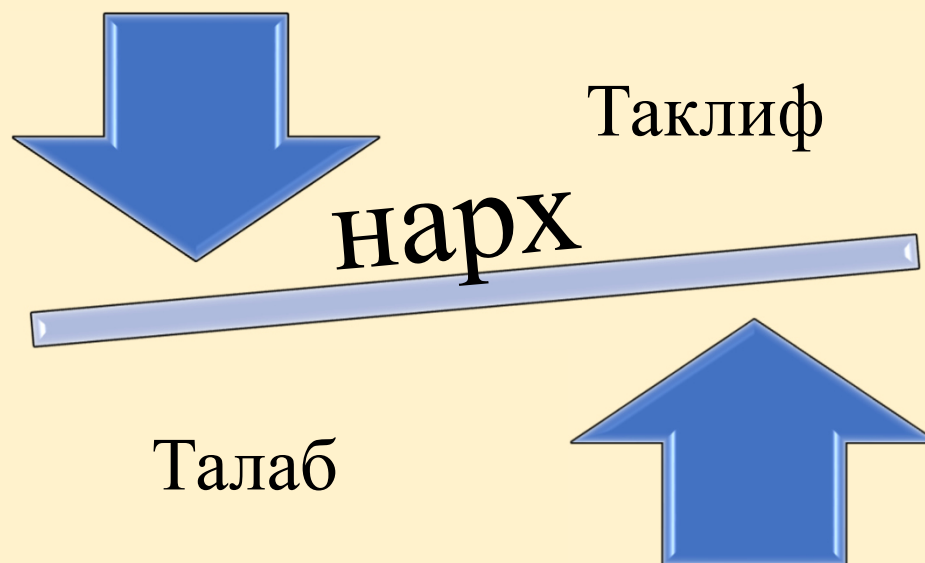
Туристтик талаб – тўлашга қодир бўлган аҳолининг турмаҳсулотга бўлган талаби

Туристтик талаб – истеъмолчилар томонидан амалдаги нархларда аниқ бир туристик хизматларни сотиб олиш билан белгиланади.

Туристтик таклиф – маҳсулот ишлаб чиқарувчининг бозор талаб қиладиган аниқ маҳсулотни етказиб беришдаги идеал тайёргарлик ва аниқ имкониятга қодирлиги.

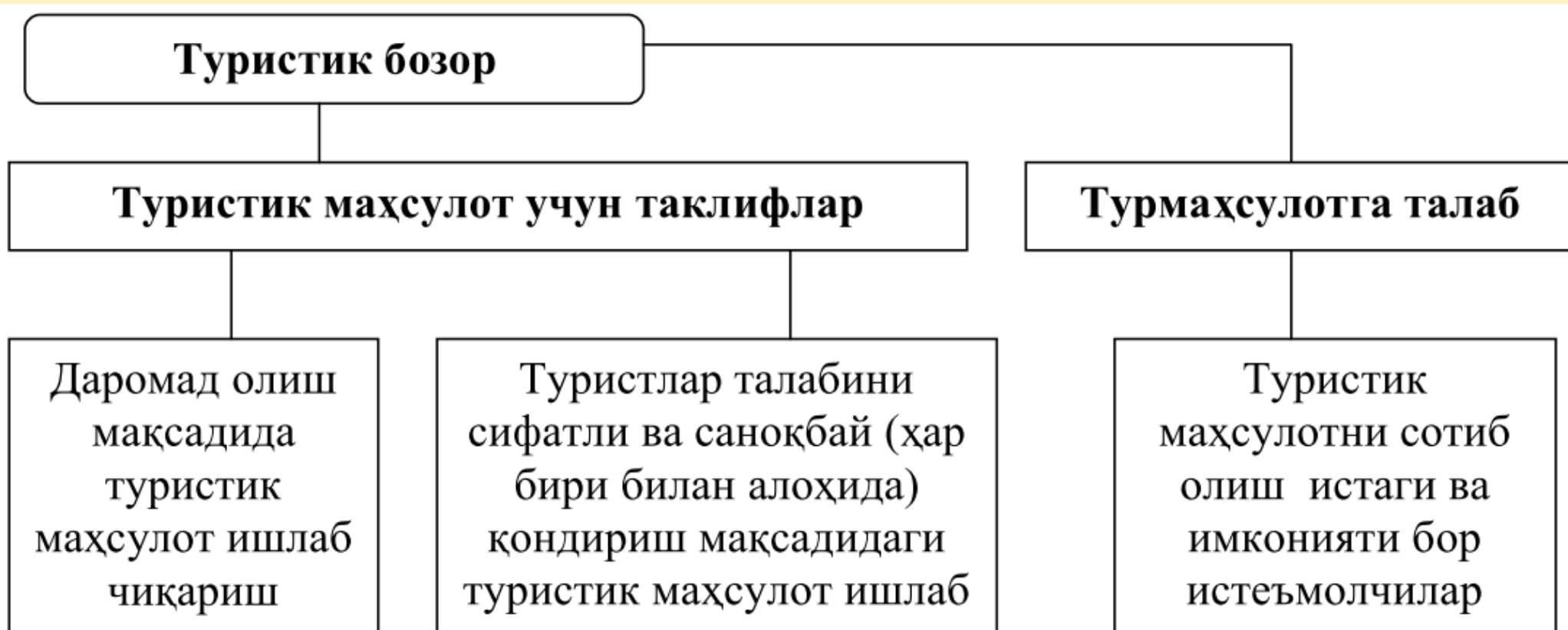
Туристтик маҳсулотга бўлган таклиф ишлаб чиқарилган маҳсулот сони, туристик индустриянинг ривожланиш даражаси ва туристик ресурслар ҳажмига боғлиқ.

Туристтик бозор тушунчаси ва унинг вазифалари



Туристтик хизматга бўлган таклиф ҳажми унга бўлган нарх кўтарилганда ортиб боради, нарх тушса таклифлар сони ҳам камаяди.

Туристтик бозордаги талаб ва таклиф



Туристтик айланма ҳаракат

Туристтик айланма ҳаракат – иқтисодий алоқалар таркибига кирувчи туристик хизматларни пулга ёки пулни туристик хизматга айирбошлаш жараёни.

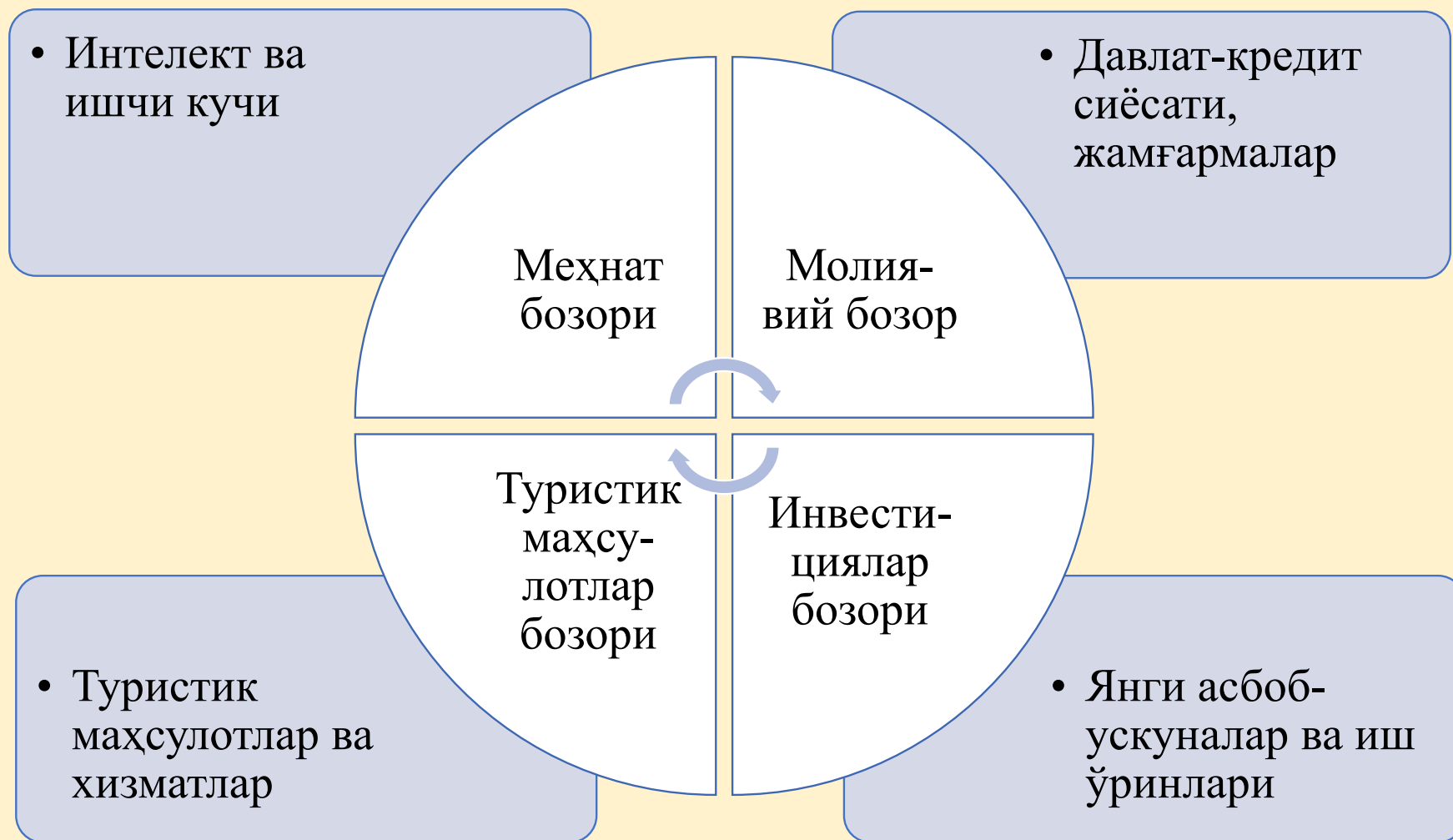
Ушбу жараён:

- ✓ туристик маҳсулот оқимининг ҳаракатланиш йўналишини белгилайди;
- ✓ инвестицияларни туризм соҳасини ривожлантиришга йўналтиради;
- ✓ туристик фаолиятдан олинадиган даромадларни солиқлар орқали бюджетга келиб тушишини таъминлайди.

Туристтик айланма ҳаракат схемаси



Туристик корхона фаолият кўрсатадиган бозор

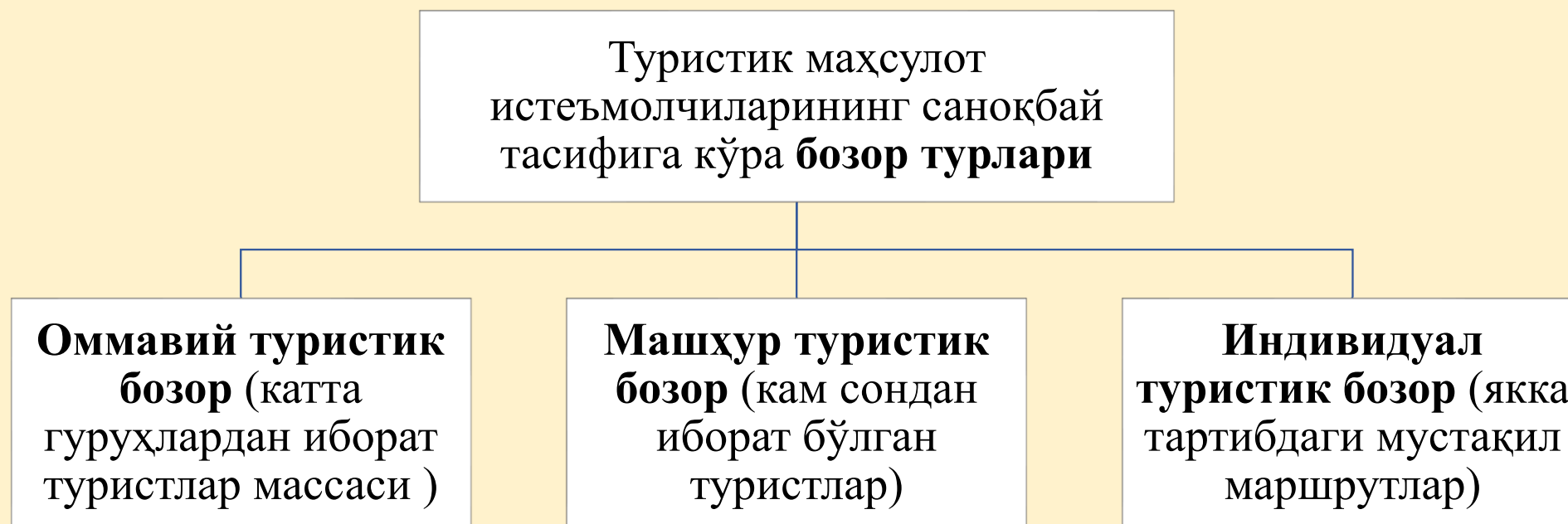


Туристтик бозорнинг тавсифланиши

- ✓ сотиш ва сотиб олишнинг асосий манбаи – хизмат эканлиги;
- ✓ харидор ва сотувчидан ташқари туристик бозор механизмига сезирарли даражада даллоллик буғинларини кириши;
- ✓ туристик хизматга бўлган талаб бир неча хил хусусиятларга бўлиши;
- ✓ моддий имкониятли иштирокчиларнинг турли-туман қатнови, ёшлари, мақсад ва сабаблар;
- ✓ мослашувчанлиги;
- ✓ алоҳида характерли ва дифференцияланганликнинг юқори даражаси;
- ✓ туристик таклифлардан вақт ва масофа бўйича ўзоқлиги;
- ✓ туристик таклифнинг бир қанча хусусиятлари билан тавсифланиши, яъни уч томонлама тавсифга (табiiй ресурслар, яратилган ресурслар ва туристик хизматга) эга эканлиги;
- ✓ туристик индустриянинг юқори даражадаги фонд сиғими.

Туристтик маҳсулот компонентлари хусусиятлари

- ✓ **Субституция** - туристик маҳсулотларни ўзаро алмашинув хусусияти.
- ✓ **Комплементарлик** – туристик маҳсулот ва хизматларнинг ўзаро бир-бирини тўлдирди олиш хусусияти.



Туристик бозорлар турлари

Аниқ бир район (ҳудуд, регион)
бўйича туристик бозор турлари

Ички туризм бозори

Кириш туризм бозори

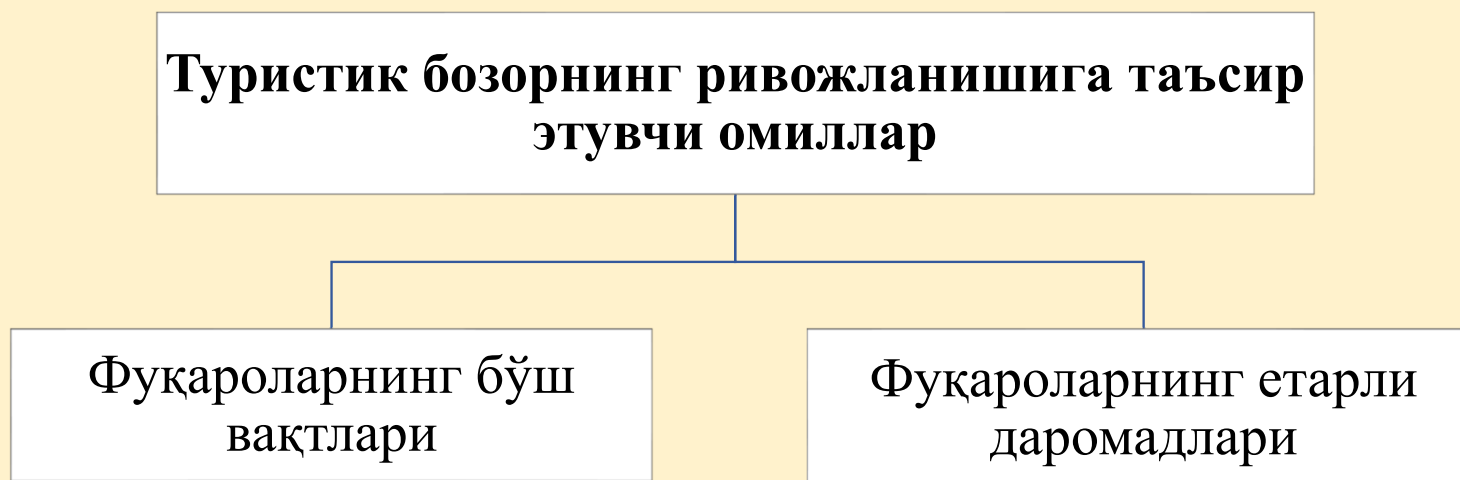
Чиқиш туризм бозори

Саёҳатни ташкил қилиш тавсифига кўра

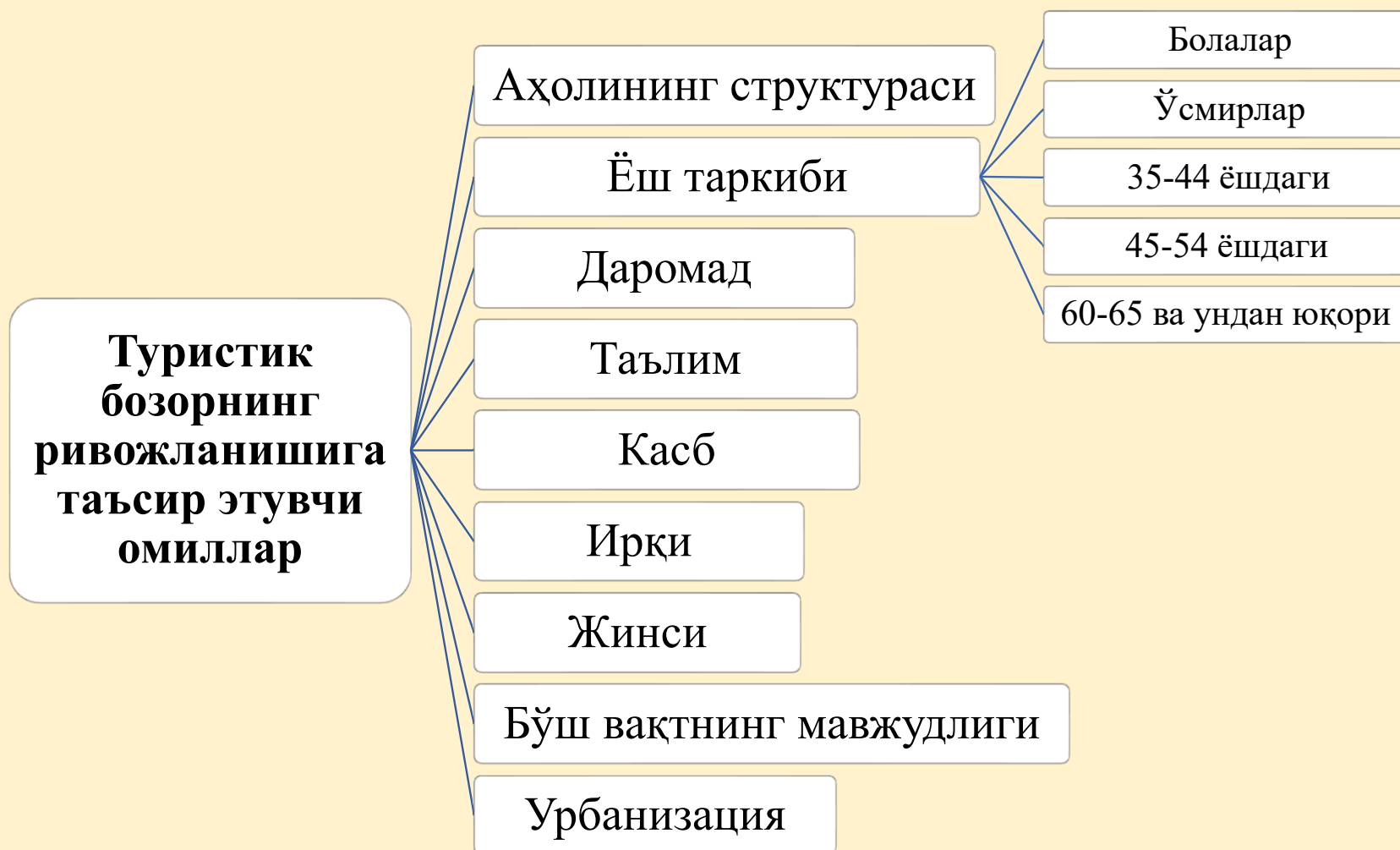
Ташкиллаштирилган

Ташкиллаштирилмаган

Туристтик бозорларига таъсир қилувчи омиллар



Туристтик бозорларига таъсир қилувчи омиллар



Ўзбекистонда туризмнинг ривожланишига тўсқинлик қилувчи омиллар

Меҳмонхона ва транспорт хизмати кўрсатиш даражаси, туристларнинг овқатланиши ва дам олиш тизимининг жаҳон стандартлари даражасига мос келмаслиги;

хизмат кўрсатиш даражасининг паст бўлгани ҳолда улар нарҳини ошириб юбориш;

миллий маркетинг, ахборот тизими ва рекламанинг самарали шаклларининг мавжуд эмаслиги;

кўплаб туристик фирмалар ходимлари малакасининг ҳозирги замон талабларига жавоб бермаслиги ва бу фирмаларнинг асосан хорижий туризмга мўлжал олиши

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар

1. Туристтик бозор функциялари ва таркибини айтинг.
2. Туризм бозорига таъсир қилувчи асосий омилларни санаб беринг.
3. Оммавий туристик бозорни тушунтиринг.
4. Индивидуал туристик бозорни тушунтиринг.
5. Ўзбекистонда туризм бозорининг ривожланиш ҳолати ва муаммолари?

TURISTLARGA XIZMAT KO'RSATADIGAN TASHKILOTLAR BILAN SHARTNOMALAR TUZISH (4 soat)

Reja:

1. Xizmat darajalari
2. Xizmatlar paketi
3. Xizmatlar dasturi
4. Xizmatlarni yetkazib beruvchilar
5. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishda xizmat turlarini takomillashtirish
6. Operatorlik xizmatlari

Таянч сўз ва иборалар:

Туристтик хизматлар, хизмат кўрсатиш даражаси,
хизматлар пакети, буюртмали турлар, инклюзив
турлар, хизмат кўрсатиш дастури

Туристтик хизматларнинг хусусиятлари

Хизмат тушунчаси халқаро стандартларга мувофиқ, бу ижро этувчи ва истеъмолчи ўртасидаги бевосита ўзаро таъсир натижаси. Истеъмолчи эҳтиёжини қондириш бўйича ижрочининг шахсий фаолияти натижаси ҳисобланади.



Бу тушунча ўз таркибига:

- ✓ хизмат истеъмолчилари ва ижро этувчиларнинг ўзаро таъсири;
- ✓ ижрочиларнинг ўзлари томонидан хизмат кўрсатиш жараёни, яъни маълум ишларни бажариш;
- ✓ «Қайта ташкил қилинган маҳсулот ёки хизматлар натижаси кўринишидаги ушбу фаолият натижалари.

Туристтик хизматларнинг хусусиятлари

Туристтик хизмат - туристларни мос равишдаги эҳтиёжларини қондириш бўйича туристик корхона фаолияти натижаси. Туристтик корхонанинг иши барча саёҳатларни ташкил қилиш билан бирга алоҳида хизматларни ташкил қилиши ҳам мумкин.

Туристтик хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари:

- 1) Сезилмаслик;
- 2) Сервисни ва истеъмолчини ўзаро боғлиқлиги;
- 3) Сақланмаслик.



Туристтик хизматларнинг хусусиятлари

1. Сезилмаслик.

- ✓ туристик хизматлар моддий махсулот бўлиб ҳисобланмайди;
- ✓ туристик хизматлар ижтимоий, маданий, номоддий соҳаларга тегишли бўлади;
- ✓ истеъмолчининг ижтимоий-маданий хизматларга бўлган эҳтиёжи жисмоний интеллетуал, маънавий ва бошқа эҳтиёжларини қондириш бўйича хизматларни ижро этувчилар аниқлайди;
- ✓ харид вақтида кўриш ёки баҳолашнинг имкони йўқ;
- ✓ хизматлар объекти бўлиб, шахсан истеъмолчи, яъни турист ҳисобланади.

Туристтик хизматларнинг хусусиятлари

2. Сервисни ва истеъмолчини ўзаро боғлиқлиги

- ✓ хизматлар истеъмолчи ва ижро этувчиларнинг ўзаро таъсири натижасида ташкил топади;
- ✓ туристик хизматларни кўрсатиш жараёни ишлаб чиқариш истеъмол билан бирга параллел равишда юз беради;

Туристтик хизматларнинг хусусиятлари

3. Сақланмаслик

- ✓ туристик хизматларни сақлашнинг имкони йўқлиги;
- ✓ туристик хизматларнинг ҳаётий цикли моддий товарлардан тубдан фарқ қилади;
- ✓ туристик хизматлар уларга талаб бўлмаганга қадар омборларда туриб қоладиган махсулот эмас.

Туристтик хизматларнинг хусусиятлари

Туристтик хизматлар таркибида асосий ва қўшимча хизматлар фарқланади.

Туристтик корхоналар кўрсатадиган **асосий хизматларга** қўйидагилар киради:

1. Ташишни ташкил этиш бўйича хизматлар;
2. Жойлаштириш;
3. Туристларни овқатлантириш.

Туристтик хизматларнинг хусусиятлари

Қўшимча хизматлар:

- ✓ Саёҳатни (экскурсия) ташкил этиш бўйича хизматлар;
- ✓ Туристларни суғурталаш бўйича хизматлар;
- ✓ Гид, гид-таржимон хизматлари;
- ✓ Туристларни ташиш бўйича хизматлар
- ✓ Техникани таъмирлаш бўйича хизматлар
- ✓ Прокат бўйича хизматлар
- ✓ Валюта айирбошлаш
- ✓ Телефон хизмати
- ✓ Почта хизмати
- ✓ Маиший хизмат кўрсатиш хизматлари
- ✓ Пляжлардан фойдаланиш хизматлари ва бошқалар.

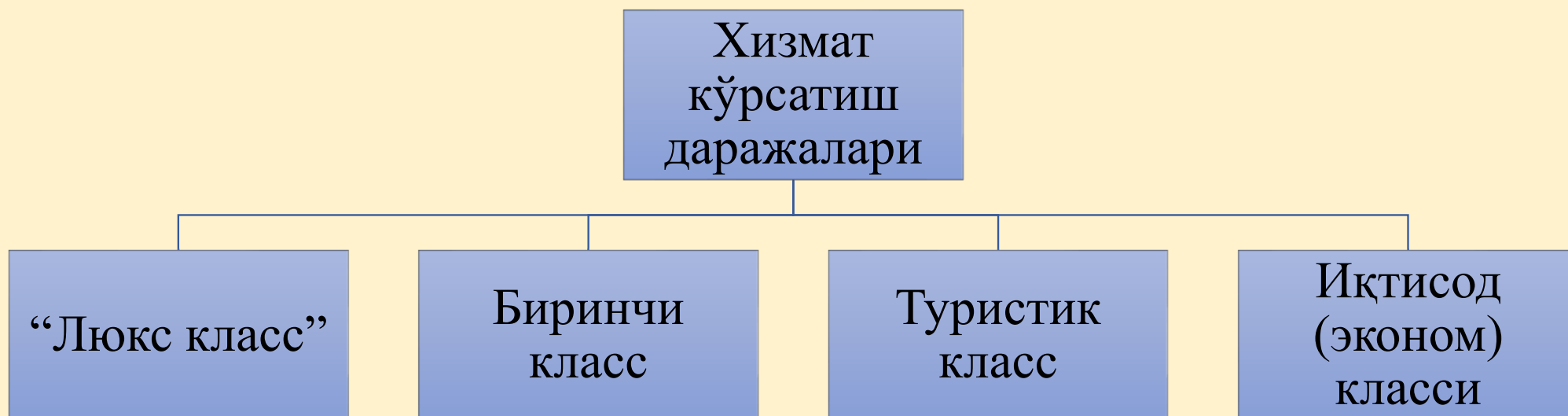
Изоҳ. Қўшимча хизматлар етиб келган жойда турист томонидан мустақил ҳарид қилинади. Улар йўлланма нархига кирмайди.

Туристтик хизматларнинг хусусиятлари

Ўзбекистонда туризм бозорини ривожлантириш жараёнида унинг асл моҳиятини белгиловчи қўйидаги жиҳатларини ҳисобга олиш зарур:

- 1) дам олиш ва кўнгил очар фаолият сифатида;
- 2) бевосита туризмга хизмат қилувчи тармоқни қамраб олувчи бизнес сифатида;
- 3) туризм бозорига йўналтирилган моддий ишлаб чиқариш ва хизмат
- 4) кўрсатиш тармоғи корхонасининг фаолияти сифатида

Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари)



Энг юқори даражали хизматлар
5 юлдузли, ҳашаматли меҳмонхоналар
1-класс ва бизнес самалётлар
ҳашаматли ресторанлар
алоҳида транспорт
люкс класс машиналари
алоҳида§ § гид хизматлари ва ҳ.кө§ Бундай турлар§
Одхизмат
кўрсатиш туркуми§хразрядиЎ§бўйича тақдим этиладиö§

Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари)

“Люкс класс”

- ✓ Энг юқори даражали хизматлар;
- ✓ Беш юлдузли, ҳашаматли меҳмонхоналар;
- ✓ Биринчи класс ва бизнес самолётлар;
- ✓ Ҳашаматли ресторанлар;
- ✓ Алоҳида транспорт турлари;
- ✓ Люкс класс машиналари;
- ✓ Алоҳида гид хизматлари ва бошқалар.

Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари)

Биринчи класс

- ✓ Нисбатан юқори даражали хизмат кўрсатиш;
- ✓ 4-5 юлдузли меҳмонхоналарга жойлаштириш
- ✓ бизнес класс даражадаги самалётларда парвозларни ташкил этиш ва учиш
- ✓ Обрўли ресторанларда овқатланиш;
- ✓ Индивидуал трансферт хизматлари;
- ✓ Алоҳида гид хизматлари ва бошқалар

Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари)

Туристтик класс

- ✓ 2-3 юлдузли меҳмонхоналарга жойлаштириш;
- ✓ Доимий авиарейсларнинг иқтисод (эконом) классларида учиш
- ✓ Швед стол типи бўйича овқатланиш
- ✓ Гуруҳли трансфертни назарда тутувчи энг оммалашган хизмат кўрсатиш.

Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари)

Иқтисод (эконом) класс

- ✓ Энг арзон хизмат кўрсатиш пакетлари
- ✓ Асосий истеъмолчилар талабалар ва кам таъминланганларнинг бўлиши;
- ✓ юқори даражада бўлмаган хизматларни кам миқдорда тақдим этиш;
- ✓ 1-2 юлдзули меҳмонхонага, ётоқхоналарга, ўз-ўзига хизмат кўрсатиш тамойили бўйича фаолият юритувчи кичик ва кооператив меҳмонхоналарга жойлаштириш;
- ✓ чартер авиарейсларида учиш;
- ✓ кутиб олиш ва кузатишни жамоат транспортида амалга ошириш.

Хизматлар пакети

Комплекс хизмат кўрсатиш ўз ичига туристик хизматлар тўплами турпакет дейилади.

Туризмда
хизматлар



- Жойлаштириш;
- Овқатлантириш;
- Ташиш;
- Экскурсия;
- Дам олиш ва кўнгилочар;
- Маиший хизматлар;
- Спорт ва курорт дастурлари;
- Туристтик сафарлар.

Хизматлар пакети

Хизматлар пакети (турпакет) туроператор томонидан яратилган ва маълум хизматлар тўплами: ташиш, жойлаштириш, овқатланиш, экскурсиялар ва ҳ.к. хизматлар тўпамидан иборат туристик маҳсулотдир.

Турпакетларни шакллантиришнинг икки варианты:

- 1) буюртмали турлар сотилиши;
- 2) Инклюзив турлар сотилиши.

Хизматлар пакети

Хизматлар пакети (турпакет) туроператор томонидан яратилган ва маълум хизматлар тўплами: ташиш, жойлаштириш, овқатланиш, экскурсиялар ва ҳ.к. хизматлар тўпамидан иборат туристик маҳсулотдир.

Турпакетларни шакллантиришнинг икки варианты:

- 1) буюртмали турлар сотилиши;
- 2) Инклюзив турлар сотилиши.

Мустаҳкамлаш учун саволлар:

- 1) Туристтик хизматларнинг хусусиятларини айтиб беринг.
- 2) Хизмат кўрсатиш даражаларини фарқлаб беринг.
- 3) Хизматлар пакетининг қандай турлари бор?

TURISTLARGA XIZMAT KO'RSATISHNI TASHKIL ETISH

Reja:

1. Turxizmatlarni loyihalash
2. Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi
3. Turistlarga xizmat ko'rsatish va zamonaviy turopereytingning asosi sifatida dasturli turizm
4. Xizmat ko'rsatish animatsiyasi
5. Xizmat ko'rsatish sifati va uni boshqarish yo'llari

Таянч сўз ва иборалар:

Turni loyihalash, menejment, animatsiya, animator,
mahsulot sifati, xizmatlar sifati, tur operator ishi sifati

Turistik xizmatlarni loyihalash

Xizmatlarni loyihalash – xizmatlar bozorini tadqiq qilish natijasida olingan va xizmatlar ijrochisining imkoniyatlarini inobatga olgan holda buyurtmachi bilan kelishilgan talablar to'plami



Xizmatlar – tegishli xizmat turiga o'rnatilgan davlat standarti talablaridan past bo'lmasligi lozim.

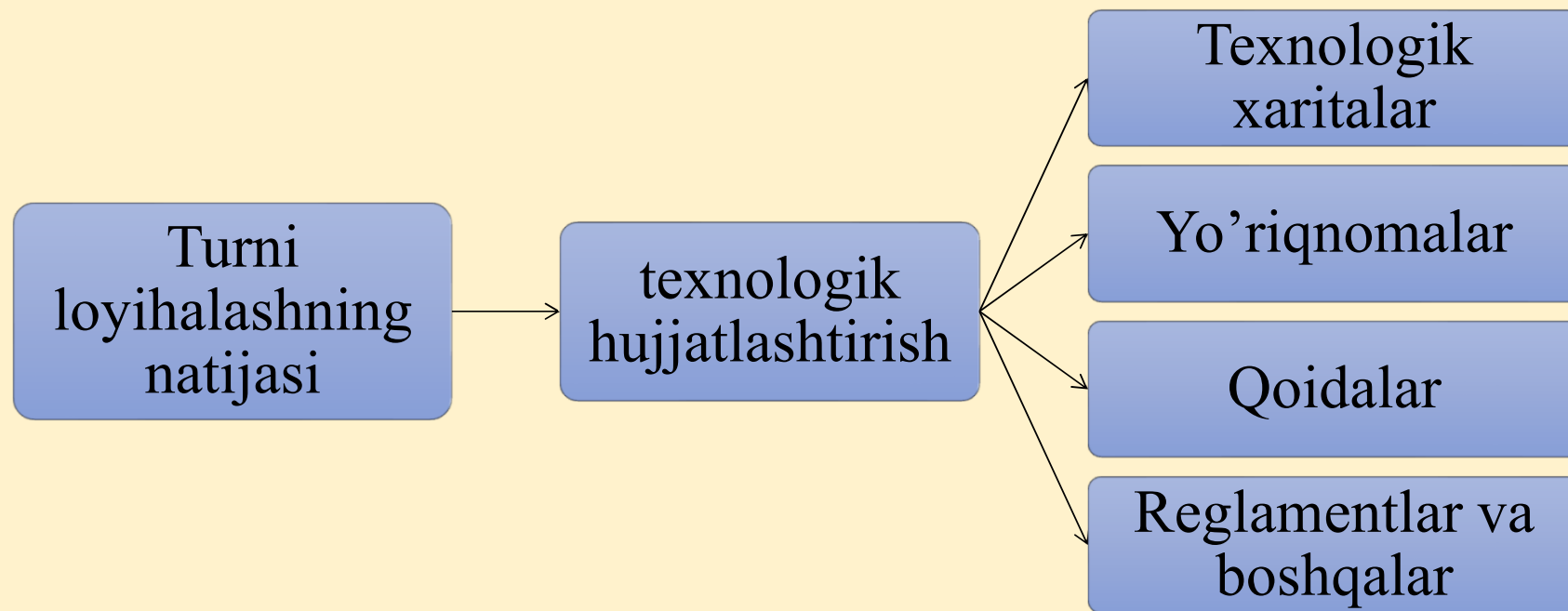
Turistik xizmatlarni loyihalash

Xizmatlarga bo'lgan turistlar talabini ifodalovchi hujjatlar o'zida qo'yidagilarni saqlashi lozim:

- ✓ turistlarga xizmat ko'rsatish usullari, shakllari va jarayonlar bayoni;
- ✓ turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonlari tavsifi;
- ✓ zarur xodimlar soni va ularning kasbiy tayyorgarligi;
- ✓ xizmat ko'rsatishni ta'minlash kafolati;
- ✓ rekreatsion resurslar mulkdorlari, sanitar-epidemiologik nazorat organlari, yong'in nazorati va boshqalar bilan kelishuvlar.

Turistik xizmatlarni loyihalash

Xizmat ko'rsatish jarayonini loyihalash - xizmatlarni taqdim etishning alohida bosqichlari va ularning har biri uchun alohida texnologik haritalarni tuzish asosida amalga oshiriladi.



Turistik xizmatlarni loyihalash

**“Turistik sayohat”
xizmatini loyihalash
bosqichlari:**

Turistlarga xizmat ko'rsatish dasturiga
muvofiq “Turistik sayohat” xizmatiga
kiruvchi har bir turni loyihalash

“Turistik sayohat”
xizmatini umumiy ravishda
loyihalash

Turistik xizmatlarni loyihalash

Turistik xizmatlarni loyihalashda xizmatni ijro etuvchi tashkilotlarning imkoniyatlari inobatga olinishi lozim

Hududdagi
rekreatsion resurslar
imkoniyatlari

Aholi ehtiyojlari va
to'lov qobiliyati

Turistik sayohatlar
turiga bo'lgan talab
va boshqalar

Turistik xizmatlarni loyihalash

Хизмат кўрсатиш
дастурини ишлаб
чиқишда қўйидагилар
аниқлаб олинади:

Саёҳат маршрути;

Хизматлар ижрочилари-туристик ташкилотлар руйхати;

Ҳар бир хизмат кўрсатувчи ташкилотнинг хизматларни тақдим этиш даври;

Экскурсиялар ва диққатга сазовар объектлар таркиби;

Бўш вақт тадбирлари комплекси;

Маршрут ҳар бир пунктига ташрифнинг давомийлиги;

Саёҳатда иштирок этувчи туристлар сони;

Ички ташувларга мўлжалланган транспорт турлари

Гидлар, экскурсиячилар, чет эллик вакиллар йўриқчилар таржимонлар ва улар тайёргарлигига бўлган талаб;

Транспорт воситаларининг зарурий миқдори;

Реклама ахборот воситаларини тайёрлаш тартиби

Turistik xizmatlarni loyihalash

Turistik xizmatlarni loyihalash natijalari:

turistik sayohatning texnologik xaritasi;

tashkilotning yuklanish grafigi;

turistlarga xizmat ko'rsatish dasturi.

Turistik xizmatlarni loyihalash

Turistik xizmatlarga
bo'lgan talablar:

Hayot, sog'liq va mol-mulk xavfsizligi

Atrof-muhit muhofazasi

Vazifaga muvofiqlik

Bajarishda tezkorlik va aniqlik

Komplekslik

Xizmat ko'rsatuvchi persanalning ahloqi

Qulaylik

Ergonomlik

Estetiklik

Turistik xizmatlarni loyihalash

Vazifaga
muvofiqlik

turistik xizmatlarni iste'molchilarning jismoniy imkoniyatlari va umidlariga muvofiq kelishi

Bajarishda
tezkorlik va
aniqlik

taqdim etilayotgan xizmatlar hajmi, muddati va xizmat ko'rsatish shartlari, yo'llanma, chipta, kvitantsiya va h.k. ko'rsatilganlarga muvofiq bo'lishi

Komplekslik

xizmatlarni taqdim etish turistlarning normal hayot kechirish uchun qo'shimcha xizmatlar (maishiy, aloqa, savdo va h.k) olish imkonini ta'minlash

Xizmat
ko'rsatuvchi
xodimlarning
ahloqi

xizmat ko'rsatuvchi xodimlar xulq-atvorning ahloqiy normalariga rioya qilishi, iste'molchiga xizmat ko'rsatish xodimning xushmuomala, do'stona va kommunikabellik munosabatlarini kafolatlanishi

Turistik xizmatlarni loyihalash

Qulaylik

turistik xizmatlar iste'molchilar uchun yaratilgan qo'lay sharoitlarda taqdim etilishi

Estetiklik

turistik tashkilotlar xududi, foydalaniladigan ob'ektlar, binolarning ko'rkamligi, dizaynining mukammalligi, bino inter'erining ko'rkamligi, shuningdek xizmat ko'rsatuvchi xodimning tashqi ko'rinishi va muomala madaniyati, estetik talablarga javob berishi;

Ergonomiklik

xizmat ko'rsatishda davomiylik, turistik va ekskursion marshrutlarning murakkabligi, turistlarga taqdim etiladigan asbob-anjomlar, foydalaniladigan transport vositalari, mebel va h.k. turistlarning fiziologik va psixologik imkoniyatlariga muvofiq kelishi

Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi

Xizmat ko'rsatish strategiyasi - tegishli bozor muhitida qanday raqobat qilishini aniqlaydigan harakatlar rejasi

Xizmat ko'rsatish strategiyasining uch asosiy komponenti:

1. Mijozlar ehtiyojlari

2. Kompaniyaning bu ehtiyojlarni qondirish qobiliyati

3. Kompaniyaning uzoq muddatli foydasi

Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi

Turoperatorlik
menejmentida
xizmat ko'rsatish
strategiyasining
asosi:

1) Iste'molchilarning qanday ehtiyojlari va harajatlariga xizmat qilamiz?

2) Boshqalarga nisbatan yaxshi xizmat ko'rsatish uchun yetarli bilim va malakaga egamizmi?

3) Qo'yilgan kapitalga mos foyda olish va uzoq muddatga raqobatbardosh bo'lish imkoniyatini beradigan daromad olish uchun biz qanday xizmat ko'rsatishimiz lozim?

Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi

Xizmat ko'rsatish strategiyasi - maqsadlarini aniqlaydigan harakatlarning bosh rejasi bo'lib:

- ✓ turoperatorning ijobiy imidji;
- ✓ doimiy mijozlari;
- ✓ turoperatorning moliyaviy barqarorligi;
- ✓ turistik mahsulotlar bozorida mustahkam joy olishi;
- ✓ raqobatbardosh bo'lishida katta ahamiyatga ega.

Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi

Turoperator faoliyatining ustunligini ta'minlaydigan jihatlar:

- ✓ Turistlar va hamkorlarga ishonchli axborot xizmati ko'rsatish;
- ✓ Xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan doimiy aloqani ta'minlash;
- ✓ Sayohatga chiqadigan turistlar haqidagi ma'lumotlarini ro'yxatga olishni ta'minlash;
- ✓ Belgilangan qoidalar doirasida turistlarga sug'urta xizmatlarini ko'rsatish;
- ✓ Sayohat joyi, xizmat ko'rsatish xususiyatlari, mijozlar xohishlari bilan bog'liq holda turning texnologik jihatlariga rioya qilish.

Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi

Turda turistlarga xizmat ko'rsatish texnologiyasining umumiy tavsiyalari:

- ✓ ko'rsatiladigan xizmatlarning narxlarining to'langan xizmatlarga to'liq mos kelishi;
- ✓ sotilgan tur, xizmat ko'rsatish darajasining reklama qilinganiga mos kelishi;
- ✓ tarkibi bo'yicha turlarning maqsadli - adresli yo'naltirilganligi;
- ✓ xizmatlarning aniq va o'z vaqtida ko'rsatilishi;
- ✓ xizmat ko'rsatish dasturining optimalligi;
- ✓ xizmat ko'rsatishni animatsiyalashtirish (jonlashtirish).

Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi

Turistlarga xizmat ko'rsatishda strategik yo'nalishlar:

- ✓ Xizmat ko'rsatish madaniyati va sifati;
- ✓ Dasturlarning axborotliligi va to'yinganligi;
- ✓ Servisning qulayligi;
- ✓ Ma'lum bir maqsadli bozorga tayanish;
- ✓ Mehmondo'stlik;



Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi

Turizm industriyasida mehmondo'stlik - insonlarga ularni kutib olishda xursandlikni ifoda etish san'ati va kasbiy talab.

Mehmondo'stlikni tashkil etuvchi omillar:

turistlarni kutishayotganligi va ular bilan uchrashuvga tayyorgarlik haqidagi ma'lumotlar;

eng yaxshi turistik maskanlar, tabdirlar, potentsial iste'molchilarga xizmat ko'rsatish mavjudligi;

turistlarga xush muomalada bo'lish va xizmat ko'rsatuvchi personallarning turistlarga e'tibor berishga intilishlari ("hammasi mijoz uchun");

mijoz istak va iltimoslariga bog'liq xizmatlarni olishda barcha xodimlarni ehtiyotkor munosabatda bo'lish;

til to'sig'ini yengillashtirishda turistlarga g'amxo'rlik qilish.

Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi

Xalqaro turizm
turistlariga e'tibor
belgilari:

kutib olish suvenirlari (har bir turist uchun);

turistlariga tur tugaganidan keyin o'tilgan yo'nalish haqida maxsus tayyorlangan diplomlar, yorliqlar, nishonlar berish;

dam olish joyi to'g'risidagi reklama varaqalari, bukletlar, ko'rsatkichlar va spravochniklarni turistlar bepul olish imkoniyati;

dam olish (yoki sayohat)ning birinchi kunida turistlar rejalashtirilgan va qo'shimcha xizmatlar haqida ma'lumot olishlari uchun gid bilan uchrashuv o'tkazish.

Xizmat ko'rsatish menejmenti va strategiyasi

Zamonaviy turizmning faoliyat texnologiyalarida uch asosiy ko'rsatma:

- ✓ Turlarni faol va mazmunli faoliyatga yo'naltirilganligi;
- ✓ Har bir turistning individual ehtiyojlarini hisobga olish;
- ✓ Ilmiy asoslangan me'yor va standartlar bo'yicha xizmat ko'rsatish;

Turistik dam olish dasturining taxminiy klassifikatsiyasi

A. Sayohat qilish maqsadi bo'yicha:

- ✓ **Turistik-sog'lomlashtirish yo'nalishlari** (faol harakat, cho'milish, tog' chang'isi)
- ✓ **Ekskursiya-bilish;**
- ✓ **Sport** (turli sport turlari bilan shug'ullanish);
- ✓ **O'rgatuvchi** (til, alohida sport turlari, hunarlarni o'rganish);
- ✓ **Tomosha-ko'ngil ochish** (teatr, kino, karnaval, yarmarkalar, festivallar);
- ✓ **Qiziqishlar bo'yicha turlar** (ov, baliq ovi, meva va qo'ziqorin terish, badiiy va musiqiy ijod);
- ✓ **Etnik va maishiy turlar** (milliy madaniyat va noan'anaviy turmush tarzini o'rganish);
- ✓ **To'y sayohatlari;**
- ✓ **Ish va kongress turlar;**
- ✓ **Ishlab chiqarish va tanishtirish dasturlari va h.k.**

Turistik dam olish dasturining taxminiy klassifikatsiyasi

B. Harakatlanish usuli bo'yicha:

- ✓ statsionar turlar;
- ✓ yo'nalishli turlar;
- ✓ xich-xayking (avtostop bilan sayohat qilish);
- ✓ veloturlar va boshqalar.



C. Sayohat qatnashchilari tarkibi bo'yicha:

- ✓ guruhli turlar;
- ✓ individual turlar;
- ✓ oilaviy turizm, bolalar va o'smirlar turizmi, yoshlar turizmi, «Uchinchi», «To'rtinchi» yoshdagi odamlar turizmi;
- ✓ VIP-turlar va boshqalar.

Turizm bozorining tez sur'atlarda rivojlanayotgan segmentlari



Kruizlar

Suvda aktiv dam olish

Qutbga yaqin joylarga, cho'llarga, tropik o'rmonlarga sayohat

Sarguzasht turizmi

Madaniy turizm

Ekoturizm

Tematik parklarga sayohat qilish

Turizmda animatsiya

Turizmda animatsiya – xizmat ko'rsatish dasturlari, turistlarning dam olishlari va hordiq chiqarishlarini jonlantirish.

Animatsiya – bo'sh vaqtni o'tkazishning maxsus dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish bo'yicha faoliyat

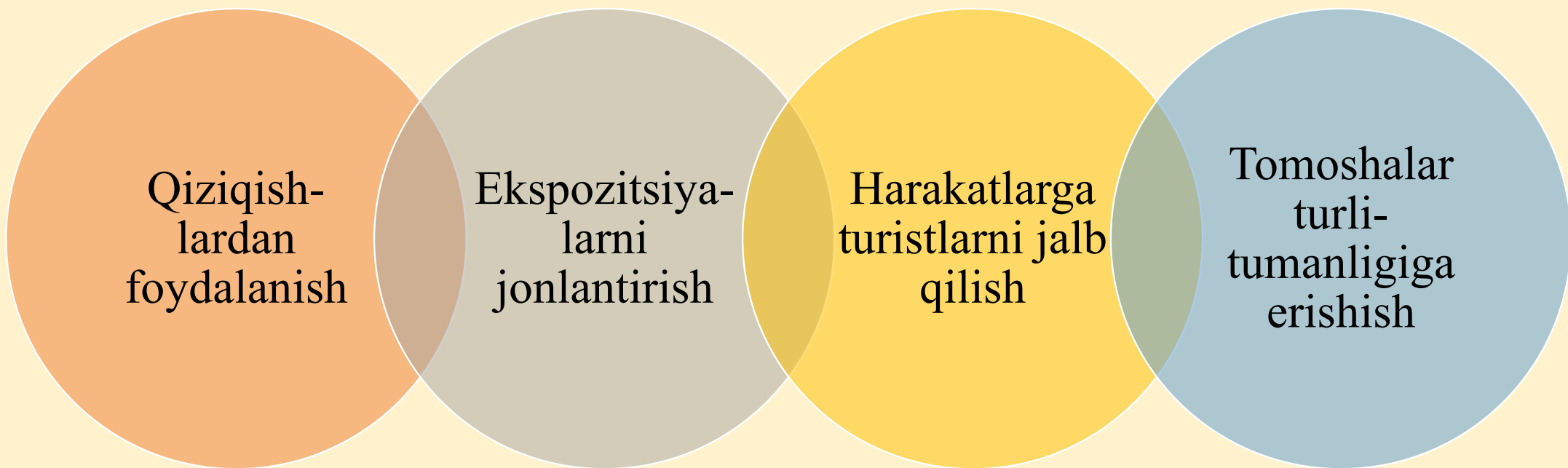


Turizmda animatsiya yo'nalishlari

- ✓ “Tirilgan” tarixiy personajlar kutib oladigan animatsion shou-muzeylar
- ✓ Kechki vaqtlarda mehmonxonada turistlar ishtirokidagi shoular
- ✓ Sport o'yinlari va musobaqalar
- ✓ Raqs kechalari va karnaval
- ✓ O'yinli, ma'naviy qiziqishlar sohasiga kiruvchi mashg'ulotlar
- ✓ Turli xil liboslarga asoslangan turistik mahsulotlar
- ✓ Turistlar borishi mumkin bo'lgan an'anaviy professional ballar (qurolli kuchlari ofitserlari, farmatsevtlar, ovchilar, qandolatchilar, kir yuvuvchilar ballari)
- ✓ Sport yoki etnofolklor, sarguzasht yoki xobbi turlar



Turizmda animatsiya formulasining kompleks ko'rinishi



Turizm animatsiyasining uslubiy asoslari

- 1) Turoperatorning hordiq va tomoshalar tashkilotchilari bilan o'zaro yaqin munosabatda bo'lish;
- 2) Xizmat ko'rsatish dasturiga tadbirlar ma'lumotlarini faol qo'shib borish;
- 3) Tadbirlarning psixologik qabul qilinishi va tematikasini hisobga oladigan dam olish stsenariylarini tuzish;
- 4) Tur yo'nalishida turli turistlarning bo'lishi hamda xizmatlar bog'liqligini ko'zda tutgan holda ishlab chiqilgan stsenariy asosida to'liq xizmat ko'rsatish kompleksini amalga oshirish;
- 5) Ob-havo va boshqa sabablarga ko'ra dasturga o'zgartirish kiritilganda animatorlarning turistlar bilan o'zaro yaqin hamkorlikda ishlashi

Xizmat ko'rsatish sifati va uni boshqarish yo'llari

Mahsulot sifati - iste'molchilarning ma'lum istaklarini qondirishni ta'minlaydigan xususiyatlar majmui.

Xizmatlar sifati - iste'molchilarning taxmin etiladigan yoki belgilangan ehtiyojlarini qondirish qobiliyatini aniqlaydigan xizmatlar tasniflarining majmui.

Turistik xizmat ko'rsatish sifati – dam olish va sayohat qilish chog'ida turistlarning istak va ehtiyojlarini qondirish xususiyatiga ega bo'lgan xizmatlar va tadbirlar majmui.

Turoperator ishi sifati ko'rsatikichlari:

- ✓ Turagentlar bilan ishlashda tezkorlik va aniqlik
- ✓ O'zoq muddat mobaynida faoliyatning barqarorligi
- ✓ Turistik xizmatlar sifati va narxlarining optimal munosabati
- ✓ Personal professionalizmi, hamkorlarga individual yondashuv
- ✓ Foydali narx siyosati (past narxlar, yuqori komissionlar, bonuslar tizimi, ovozlarning miqdori)
- ✓ Taklif etilayotgan turistik xizmatlarning yuqori sifati
- ✓ Axborot ochiqliligi, reklama tadbirlarining o'ylanganligi, kataloglarning yuqori sifati
- ✓ Ish va shaxsiy darajalarda xayrixohlik
- ✓ Takliflar va qo'shimcha turistik xizmatlarning keng ko'lami
- ✓ Xizmatlar ko'lamini kengaytirish bo'yicha doimiy ishlash
- ✓ Ofisning qulay joyda joylashganligi va shinamligi
- ✓ Firma rahbariyati bilan ishonchli va do'stona munosabat

TURIZMDA JOYLASHTIRISH VA OVQATLASHTIRISH XIZMATLARI

Reja:

1. Turistlarni joylashtirish vositalari
2. Mehmonxonalar tasnifi va turlari
3. Mehmonxonalarning vazifasiga ko'ra asosiy xizmatlari
4. Turizmدا ovqatlantirishni tashkil etish

Tayanch so'z va iboralar:

Joylashtirish vositalari; Kollektiv joylashtirish vositalari; Individual joylashtirish vositalari; Mehmonxona turlari; Kemping; Turistik avtofurgon; Restoran; Kafe.

Туристларни жойлаштириш воситалари

Бутунжаҳон туризм ташкилоти (БТТ) экспертлари кўра: **“Туристларни жойлаштириш воситалари” доимий (ёки вақтинчалик) туристларни тунаб қолишлари учун жой берадиган исталган объект.**

Жойлаштириш воситалари икки асосий гуруҳга бўлинади:

- 1) Коллектив жойлаштириш воситалари
- 2) Индивидуал жойлаштириш воситалари

Туристларни жойлаштириш воситалари

БТТ экспертлари фикрича туристларни коллектив жойлаштириш воситалари:

- ✓ саёҳатчига хона ёки бошқа бинода кечаси тунаб қолишга жой бериши мумкин бўлган объект;
- ✓ жойлар сони алоҳида оила бирлиги аъзолари сонидан кам бўлмаслиги;
- ✓ барча жойлар ушбу бинодаги тижорат типдаги ягона раҳбариятга бўйсунishi лозим

Туристларни жойлаштириш воситалари



Коллектив жойлаштириш
воситалари



Меҳмонхоналар ва
аналогик бинолар

Махсуслаштирилган
ва бошқа коллектив
бинолар

Туристларни жойлаштириш воситалари

Халқаро тавсияларга кўра туристларни жойлаштириш воситаларининг 4 гуруҳи:

Меҳмонахоналар
ва аналогик
корхоналар

Тижорат ва
ижтимоий
жойлаштириш
воситалари

Махсуслаштирилган
жойлаштириш
воситалари

Хусусий
жойлаштириш
воситалари

Туристларни жойлаштириш воситалари

1-гурӯҳ

Меҳмонахоналар ва
аналогик корхоналар

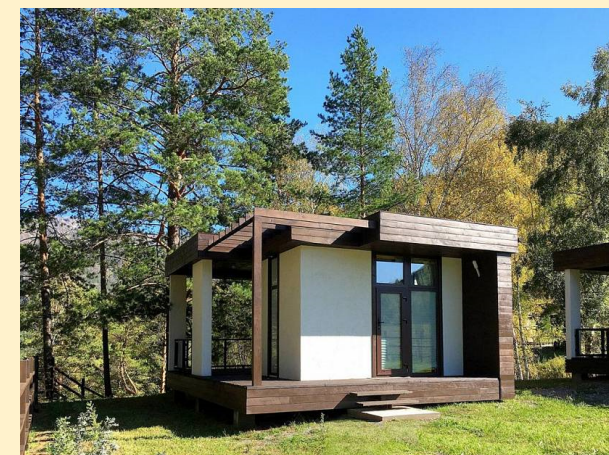
Меҳмон-
хоналар

Пансио-
натлар

Пляж
меҳмон-
хоналари

Номерлари
бор клублар

Меҳмонлар
учун уйлар



Туристларни жойлаштириш воситалари

2-гурӯҳ

Тижорат ва ижтимоий жойлаштириш воситалари

Туристик базалар

Арзон (бюджетли) меҳмон-хоналар

Туристик кемпинглар

Туристик қишлоқ (уйлар гуруҳи)

Бунгало

Ижтимоий туризм корхоналари



Туристларни жойлаштириш воситалари

3-гурӯҳ

Махсуслаштирилган жойлаштириш воситалари

Даволаш
меҳмон-
хоналари

Меҳнат ва
дам олиш
лагерлари

Жойлашти-
ришнинг
транспорт
воситалари

Меҳмон-
хона

Бошпана ва
чайлалар

Алпмеҳмон-
хона



Туристларни жойлаштириш воситалари

4-гурӯҳ

Хусусий жойлаштириш воситалари

Хусусий уйлар
(меҳмонхона)

Хусусий агентлардан
ижарага олинган жой

Аҳоли орасидаги
қариндошларникига
жойлаштириш



Туристларни жойлаштириш воситалари

Туристтик меҳмонхона - бу меҳмонхоналарнинг алоҳида тури бўлиб, туристларга саёҳат билан боғлиқ хизматларни таклиф этади.

Туристтик меҳмонхоналарда тўрт асосий хизматлар турлари

1) Жойлаштириш

2) Овқатлантириш

3) Ҳордиқ
чиқариш

4) Маиший хизмат
кўрсатиш

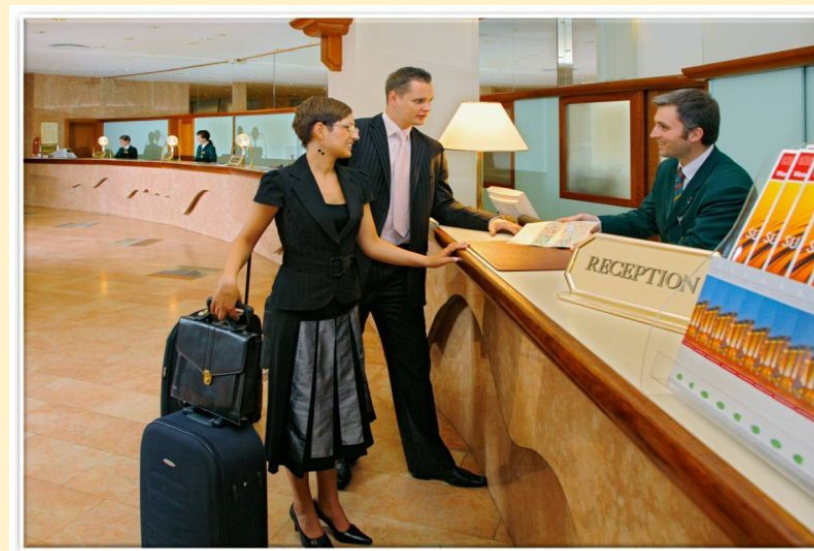
Меҳмонхоналарда туристларга хизмат кўрсатишнинг технологик схемаси

Меҳмонхонада туристларга хизмат кўрсатишнинг ёпиқ технологик цикли бўйича асосий хизматлар турлари:

1. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати
2. Номер фондидан фойдаланиш хизмати
3. Тижорат хизмати
4. Техник муҳандислик хизмати
5. Бошқарув хизмати

1. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати

- Қабул қилиш
- Рўйхатга олиш
- Туристларни номерларга жойлаштириш
- Ҳисоб-китоблар
- Жойларни брон қилиш
- Туристларни уйига ёки бошқа жойга жўнатиш



1. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати

Жойлаштириш ишларини **менежер** томонидан бошқарилади.

Унга:

- Рўйхатга олиш бюроси
- Порте
- Администраторлар
- Хизмат кўрсатиш бюроси
- Швейцарлар
- Гардеробчилар
- Юк сақлаш камераси ходимлари
- Брон қилиш хизматлари бўйсунди.



2. Номер фондидан фойдаланиш хизмати

- Яшаш ва қўшимча бинолар таъмири
- техник хизмат кўрсатилиши
- Туристларни жойлаштиришга тайёрлаш
- Тозалаш
- Косметик ёки режали таъмирлаш учун номерларни фойдаланишдан чиқариш



2. Номер фондидан фойдаланиш хизмати

- Яшаш ва қўшимча бинолар таъмири
- техник хизмат кўрсатилиши
- Туристларни жойлаштиришга тайёрлаш
- Тозалаш
- Косметик ёки режали таъмирлаш учун номерларни фойдаланишдан чиқариш



Ахборотлар технологияси комплекси асосида брон қилиш тизими

- Меҳмонхона буюртмаси бўйича номерларни брон қилиш
- Бошқа меҳмонхоналар буюртмаси бўйича номерларни брон қилиш
- Ягона брон қилиш тизимлари
- Турли транспорт турларига чипталарни брон қилиш
- Миждозлар билан автоматлаштирилган ҳисоб-китоблар
- Номер фондини режалаштириш
- Ходимлар иш ҳақларини ҳисоблаш
- Моддий қийматларни ҳисоблаш,
- Бухгалтерия ҳисобини юритиш ва бошқа вазифалар

Меҳмонхоналарда қўшимча ва ёрдамчи хизматлар бўлими

- Экскурсион бюро,
- Ўз хўжалиги
- Иш, конгресс ва бизнес турларни таъминлаш бўйича махсус бюро
- Гид-таржимонлар, конференс-зал, кабинет, оргтехника
- Сартарошхона ва косметик салонлар
- Кир ювиш хизмати
- Ателъе, тикиш ва оёқ кийим устахонаси
- Маиший хизматлар устахоналари
- Болаларга қараш хизмати
- Тиббий хизматлар бўлими
- Кимёвий тозалаш
- Ижара хизмати
- Бошқа хизматлар

Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари

Меҳмонхоналар классификацияси – аниқ бир меҳмонхона ва номерларнинг хизмат кўрсатиш критерийлари ва стандартларига мос келиши

Ҳар бир давлатда қабул қилинган классификация стандартларнинг сифат параметрлари амал қилади.

Меҳмонхоналар классификацияси: 1) халқаро, 2) миллий, 3) меҳмонхоналар занжири уюшмалари ва иттифоқлари даражасида тартибга солиб турилади.

Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари

Ҳозирда 30 дан ортиқ классификацияси мавжуд:

- 1) Юлдузлар тизими (1 дан 5 гача);
- 2) Ҳарфлар тизими (А,В,С,Д);
- 3) Тоғлар ёки калитлар тизими;
- 4) Балл тизими;
- 5) Разрядлар тизими ва бошқалар.



Дунёда ягона тизимнинг юзага келиши учун давлатларнинг миллий анъаналари, маданий-тарихий фарқлари сифат критерийларига тўсиқ бўлади.

Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари

Франция	Германия	Англия	Греция	Италия
*	1 класс	2 тожли	D	
**	2 класс	3 тожли	C	3 категория
***	3 класс	4 тожли	B	2 категория
****	4 класс	5 тожли	A	1 категория
*****	5 класс	6 тожли	De Luxe	

ЧТО ТРЕБУЕТ ОТ ГОСТИНИЦ НОВЫЙ ЗАКОН

	★	★ ★	★ ★ ★	★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★
горячее и холодное водоснабжение	●	●	●	●	●
система отопления	●	●	●	●	●
круглосуточный лифт	●	●	●	●	●
кондиционер		●	●	●	●
телефонная связь	внутренняя	внутренняя	внутренняя и городская	внутренняя, городская, междугородняя, международная	внутренняя, городская, междугородняя, международная
площадь однокомнатного одноместного номера (м ²)	9	9	9	14	14
площадь однокомнатного двухместного номера (м ²)	12	12	12	16	16
санузел в номере	●	●	●	●	●
круглосуточный приём посетителей	●	●	●	●	●
ежедневная уборка номера	●	●	●	●	●
смена постельного белья	1 раз в 5 дней	1 раз в 3 дня	1 раз в 3 дня	1 раз в 2 дня	ежедневно
смена полотенец	1 раз в 3 дня	1 раз в 3 дня	ежедневно	ежедневно	ежедневно
предоставление утюга и гладильной доски	●	●			
стирка и глажение, химчистка			●	●	●
туристические услуги		●	●	●	●
охранная сигнализация, видеонаблюдение в общественных зонах				●	●
аренда (прокат) автомобиля				●	●
парковка				●	●
спортивно-оздоровительный центр, плавательный бассейн или сауна; магазины				●	●
организация встреч и проводов; вызов такси; аренда (прокат) автомобиля;				●	●
служба поиска проживающих				●	●
швейцар				●	●
поднос багажа					●
ресторан или другие типы предприятий питания			●	●	●

Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари

Ҳар бир юлдуз категорияси маълум стандартлар талабларига жавоб бериши англатади:

- 1) Бинолар ва иншоотлар;
- 2) Меҳмонхона номерлари;
- 3) Ҳаёт хавфсизлигини таъминлаш тизими;
- 4) Қулайлик даражаси;
- 5) Асосий, қўшимча ва ёрдамчи хизматлар;
- 6) Персоналлар малакаси ва бошқалар



Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш

Туризм индустрияда овқатлантириш корхоналари турлари:

- 1) Ресторанлар
- 2) Кафе
- 3) Барлар (грил барлари, пиво барлар, коктейл барлар ва бошқалар)
- 4) Ошхоналар
- 5) Ошхона – фабрикалар
- 6) Тайёрлов фабрикалари
- 7) Буфетлар
- 8) Озиқ-овқат ва қандолат магазинлари



Туризмда овқатлантириш корхоналар классификацияси

Хизмат кўрсатиш шаклига кўра:

- ✓ официантлар хизмат кўрсатадиган
- ✓ ўз-ўзига хизмат кўрсатадиган

Овқатланиш режими бўйича:

- ✓ Тўлиқ пансион
- ✓ Ярим пансион

Махсус овқатлантириш

Болаларни овқатлантириш



Туризмда овқатлантириш корхоналар классификацияси

Туристларни овқатлантириш турлари:

- 1) комплекс овқатлантириш
- 2) танлаш асосида овқатлантириш
(аввалдан буюртма асосида
овқатлантириш, байрамлар, қабуллар,
юбилейлар, банкетларга хизмат
кўрсатиш)



TRANSPORT XIZMATINI TASHKIL ETISH

Reja:

1. Turistlarga transportda xizmat ko'rsatishning mazmuni
2. Turistik mahsulotlar tarkibida transportning ulushi
3. Avtobuslarda turistlarni tashish
4. Dengiz transportida turistlarni tashish
5. Turistlarni boshqa vositalar yordamida tashish

Tayanch so'z va iboralar:

transport xizmatlari, yo'lovchilar xavfsizligi,
ichki aviatashuv, xalqaro aviatashuv, kruiz, otliq
turistik marshrut

Turistlarga transportda xizmat ko'rsatishning mazmuni

Turistlarga transport xizmatlarini ko'rsatish - turistlar va ularning yuklarini bir joydan ikkinchi joyga mumkin qadar tez va qulay sharoitlarda tashish uchun mo'ljallangan xizmatlar majmuini ifoda etadi.

Transport tizimining maqsadi - tashish xizmatlarini ko'rsatishda sayohatchilarning ehtiyojlarini to'laqonli ravishda qondirishdan iborat.

Turistlarga transportda xizmat ko'rsatishning mazmuni

Transport xizmatlari ko'rsatish qonun hujjatlari bilan mustahkamlangan **huquqiy bazaga** ega:

- 1) Xalqaro transport tashkilotlari;
- 2) Mamlakatlarning milliy qonunchiligi;
- 3) Yuk va yo'lovchi tashuvchilarning ichki qoidalarini.

Turizm sohasida xalqaro hamkorlikning kengayishi **bojxona, chegara** va **sanitariya nazoratini** amalga oshirish normalari va qoidalarini muttasil takomillashtirib borishni taqozo etadi.

Turistlarga transportda xizmat ko'rsatishning mazmuni

Transportda fan va texnika taraqqiyoti:

- yer yuzining istalgan nuqtasiga tez eltib qo'yishga qodir transport vositalari paydo bo'lishi;
- transport xizmatlari ko'rsatishda yangi texnologiyalar joriy etilishi;
- chiptalarni bronlashning global tizimlari va ular sotishning noan'anaviy usullarining rivojlanishi;
- yuk va yo'lovchi tashuvchilarning charter dasturlarining vujudga kelishi va rivojlanishi;
- turli axborot tizimlarining ishlab chiqilishi;
- yo'lovchi tashishning texnik va texnologik rejimlarini nazorat qilishning elektron qurilmalari;
- yo'lovchi tashishda xavfsizlikning oshishi.

Turistlarga transportda xizmat ko'rsatishning mazmuni

Transportda servis sifati va darajasi oshiruvchi omillar:

- harakatlanadigan tarkibning texnik jihozlanishining takomillashuvi;
- yo'lovchilarga qulay va shinam shart-sharoitlar yaratish;
- transport vositalari bortida yo'lovchilarning dam olishi tashkil etish;
- yo'lovchilarni ovqatlantirish sifatining oshishi;
- transport kompaniyalarining doimiy mijozlarini rag'batlantirish.

Turistlarga transportda xizmat ko'rsatishning mazmuni

Turli transport tizimlari o'rtasidagi yaqin hamkorlik quyidagi yo'nalishlarni rivojlanishiga imkon beradi:

- multimodal vokzallar tashkil etish;
- qatnov jadvallarini muvofiqlashtirish;
- transport xizmatlarini uyg'unlashtirish;
- yo'lovchilarga kompleks xizmatlar ko'rsatish.

Turistlarga transportda xizmat ko'rsatishning mazmuni

Yo'lovchilar xavfsizligini ta'minlash - transport xizmatlari ko'rsatishning eng muhim vazifasi:

- foydalanish qoidalariga rioya qilish
- transport vositalari harakatini ta'minlovchi turli xizmatlarni professional tarzda va uyushqoqlik bilan ishlashini ta'minlash;
- yo'lovchilar va haydovchilarni xulq-atvor qoidalariga qat'iy rioya qilishi
- ekologik toza transport turlaridan foydalanish

Turistik mahsulotlar tarkibida transportning ulushi

Turizm sohasida transport ta'minoti tizimi:

- **turga qo'shilgan va asosiy turistik xizmatlarga kiruvchi turistik tashish vositasi** (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 vositasi taqdim etish;
- **tur-safar bo'yicha dasturlashtirilgan tadbirlarga xizmat ko'rsatish** (ekskursion xizmat, dasturdagi tadbirlarga borish, atrofga tashrif byurish, yo'nalish bo'yicha ko'chish);
- **ijaraga beriladigan yengil avtomashina.**

Turizmda transport tizimi



Transportda tashish xizmatlarining tasniflanishi

Tashishning yer usti orqali tashish turlari:

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

Transportda tashish xizmatlarining tasniflanishi

Havo orqali tashish turlari:

- havo sharlari va dirijabl, deltaplan, parashyutlar;
- vertalyotlar;
- kichik aviatsiya samolyotlari, gidrosamoletlar, kengfyuzelyajli samolyotlar, tovushdan tez uchar laynerlar;
- kosmik apparatlar.

Transportda tashish xizmatlarining tasniflanishi

Dengiz va daryo suvlari orqali tashish turlari:

- Sol va qayiqlar orqali;
- Elkanli kemalar orqali;
- Kichik mexanik kuchga ega flot qayiqlari orqali;
- Dengiz va daryo kemalari orqali;
- Havobolishli kemalar orqali;
- Suv osti kemalar orqali.

Transport xizmatlarining solishtirma tavsifi

	Qulaylikalar	Noqulayliklar
Avto turlar	Yuqori harakatchanlik; Inkoniyat va yo'llardagi bekatlar; Yuqori darajadagi axborotligi.	Qulaylik darajasining pastligi; Atrof-muhitning ifloslanishi; Zarur transport vizalari olishning shartligi; Yuqori bo'lmagan harakat tezligi; Xavflilik darajasining yuqoriligi.
Temir yo'l turlari	Yo'ldagi yuqori qulaylik; Yuqori darajada axborotligi; O'rtacha harakatchanlik	Transport vizalarini olish; Yuqori bo'lmagan tezlikda harakatlanish; Oxirgi manzilgacha etib bormaslik.

Transport xizmatlarining solishtirma tavsifi

	Qulaylikalar	Noqulayliklar
Avia turlar	Yuqori tezlik; O'rta va yuqori darajadagi qulaylik; Uzoq hududlarga uchish imkoniyati; Tranzit vizalarga zaruratning yo'qligi.	Turlarda axborot darajasining pastligi; Xavflilik darajasining yuqoriligi
Dengiz turlari	Yuqori darajadagi qulaylik; Ovqatlantirish, bo'sh vaqt, joylashtirish imkoniyatlarining kengligi; Dengiz sohiliga borish mumkinligi	Atrof-muhit bilan aloqaning kamligi; Tezlikning pastligi; Yo'l vizasi

Havo transportida sayyohlarni tashish

Aviatashuvlarning o'ziga xos xususiyatlar:

- ob-havo sharoitiga bog'liqligi;
- uchish va qo'nish joylarining landshaft bilan bog'liqligi;
- aholi yashash joylardan uzoqda joylashganligi;
- uchishga tayyorgarlik ko'rishi ko'p vaqt taqozo etishi;
- manzilga juda tez eltib qo'yishi;

Havo transportida sayyohlarni tashish

Aviatashuv turlari

```
graph TD; A[Aviatashuv turlari] --> B[Ichki aviatashuv]; A --> C[Xalqaro aviatashuv]; B --> D[jo'nash joyi, borish manzili hamda barcha qo'nish joylari bir mamlakat hududida amalga oshirilishi]; C --> E[jo'nash joyi va borish manzili ikki davlat hududida amalga oshirilishi (agar boshqa davlat hududida qo'nish nazarda tutilgan bo'lmasa)];
```

Ichki aviatashuv

jo'nash joyi, borish manzili hamda barcha qo'nish joylari bir mamlakat hududida amalga oshirilishi

Xalqaro aviatashuv

jo'nash joyi va borish manzili ikki davlat hududida amalga oshirilishi (agar boshqa davlat hududida qo'nish nazarda tutilgan bo'lmasa)

Havo transportida sayyohlarni tashish

Havoda yo'lovchi yoki yuk tashish tashish hujjatlari:

Yo'lovchi chiptasi (Passenger ticket)	Bagaj kvitantsiyasi (Baggage Check)	Pullik bagaj kvitantsiyasi (Excess Baggage Ticket)	Aviayuk hujjati (Air Waybill)
yo'lovchi va bagajni havoda tashish to'g'risida shartnoma tuzilganligini tasdiqlovchi, bagaj kvitantsiyasi ilova qilingan hujjat	chiptaning o'rin soni va topshirilgan bagaj og'irligi ko'rsatilgan, tashuvchi tomonidan yo'lovchi topshirgan bagaj uchun tilxat	bepul tashish me'yoridan ortiq bagaj yoki haq to'lash majburiy bo'lgan ashyolar uchun haq to'langanligi, bagajning e'lon qilingan qimmati uchun	marshrutlari bo'yicha yuk tashishga yuk jo'natuvchi va tashuvchi o'rtasida tuzilgan shartnomani tasdiqlovchi hujjat

Avtobuslarda turistlarni tashish

Avtobus - o'tirish uchun 8 kishida ortiq o'rindiqli (haydovchining o'rindig'idan tashqari) yo'lovchilar tashish uchun mo'ljallangan dvigateli avto transport vositasi.

Avtobuslar belgilangan marshrutlar bo'yicha nazarda tutilgan bekatlarda yo'lovchilarni olgan va tushirgan holda yoki buyurtmachi – yuridik yoki jismoniy shaxs tomonidan belgilangan marshrutlar bo'yicha yo'lovchilarni tashish uchun mo'ljallangan.

Avtobuslarda turistlarni tashish

Hududiy belgiga ko'ra:

Shaharda
yo'lovchi tashish

Shahardan
tashqariga
yo'lovchi tashish

Shaharlararo
yo'lovchi tashish

Xalqaro
yo'nalishlarda
yo'lovchi tashish

Tashish vazifasiga ko'ra:

Umumiy
foydalaniladigan
avtobuslar

Turistik-ekskursiya
avtobuslari

Maxsus avtobuslar (maktab, vaxta,
xodimlarni ishlab chiqarish
obyektlariga eltish uchun
mo'ljallangan avtobuslar)

Avtobuslarda turistlarni tashish

Avtobuslarning o'rinlar soniga ko'ra turlari

Juda kichkina
sig'imli
(8-15 o'rinli)

Kichik
sig'imli
(21-26 o'rinli)

O'rtacha
sig'imli (33-
34 o'rinli)

Katta sig'imli
(41-45 o'rinli)

O'ta katta
sig'imli
(54-80 o'rinli)

Avtobuslarning qavatlar soniga ko'ra turlari

Bir qavatli

Bir yarim qavatli

Ikki qavatli

Avtobuslarda turistlarni tashish

**Turistlarni tashiydigan
avtobuslarning qulay va
shinamligiga qo'yiladigan
talablar:**

Konditsioner

Audio va videosistema

Oshxona

Garderob

Biotualet

Individual yoritish lampochkalari

Oyoq qo'yish uchun maxsus joylar

Kreslolar suyanchig'ida yig'iladigan stolchalar

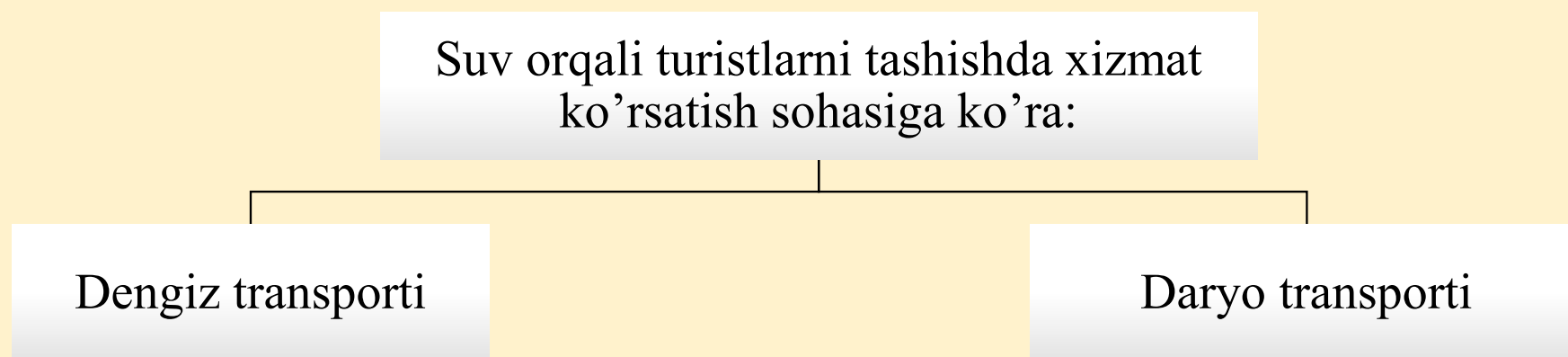
Kreslolarning qulay va yumshoqligi

Kreslolarning orqaga tashlanishi

Kreslolarning qiyaligi rostlanishi

Dengiz transportida turistlarni tashish

Odamlarni suvda tashish - sayohat qilishning eng qadimgi turlaridan biri



Xalqaro dengiz tashkiloti (1958 yil) – IMO (International Maritime Organization) dengizda kema qatnovi masalalari bilan shug'ullanuvchi xalqaro tashkilot

Dengiz transportida turistlarni tashish

Xalqaro dengiz tashkiloti dengizda yo'lovchi va yuk tashishda:

- 1) dengizda suzish xavfsizligi**
- 2) dengizni ifloslanishdan saqlash bilan bog'liq xalqaro hujjatlarni ishlab chiqadi.**

Xalqaro dengiz tashkiloti faoliyati natijasida dengizda xalqaro yo'nalishda **yo'lovchi va yuk tashishni tartibga soluvchi** bir qancha konventsiyalar imzolangan.

Dengiz transportida turistlarni tashish

- 1) **“Dengizda inson hayotini qo’riqlash to’g’risida”**gi xalqaro Konventsiya (1974 yil)
- 2) **“Dengizda yo’lovchi va yuk tashishning ba’zi bir qoidalarini yagonalashtirish to’g’risida”**gi xalqaro Konventsiya (1967 yil)
- 3) **“Dengizda yo’lovchi tashishning ba’zi bir qoidalarini yagonalashtirish to’g’risida”**gi xalqaro Konventsiya (1981 yil)
- 4) **“Dengizda halokatga uchraganlarni qidirish va qutqarish to’g’risida”**gi xalqaro Konventsiya (1979 yil)
- 5) **“Dengizni chiqindilar va boshqa materiallar bilan ifloslanishining oldini olish to’g’risida”**gi Konventsiya (1972 yil)

Dengiz transportida turistlarni tashish

Dengizda yo'lovchi tashish kruiz xususiyatiga ega bo'lsa:

- 1) dengizda yo'lovchi tashish to'g'risidagi shartnoma;
- 2) mijozga xizmat ko'rsatish (ovqatlanish, ko'ngilochar tadbirlar, ekskursiya dasturi)ga tegishli qo'shimcha bitimlar tuziladi.

Kemani vaqtinchalik fraxt qilish shartnomasiga ko'ra kema egasi belgilangan haq “fraxt” evaziga fraxt qiluvchiga kemani va kema ekipaji a'zolarining xizmatlarini yo'lovchi, yuk tashish uchun yoki boshqa tijorat maqsadlarida muayyan muddatga taqdim etish majburiyatini oladi

Dengiz transportida turistlarni tashish

Kemani vaqtinchalik fraxt qilish shartnomani rasmiylashtirishda quyidagilar ko'rsatilishi shart:

- 1) taraflar nomi;
- 2) fraxt qilish maqsadi;
- 3) kema nomi;
- 4) uning texnik va foydalanish ko'rsatkichlari (yuk ko'tarish qobiliyati, tezligi va boshqalar);
- 5) suzish hududi;
- 6) kemani topshirish, qaytarish vaqti va joyi;
- 7) fraxt qiymati;
- 8) taym-charterning amal qilish muddati.

Dengiz transportida turistlarni tashish

XX asr oxirida **kruiz industriyasi** turistik biznesning eng jadal rivojlanayotgan sektori

Kruiz - suv transporti turlarida sayohat qilish

- 1) orol qirg'og'i bo'ylab ekskursiya qilish
- 2) port shaharlarning diqqatga sazovor joylari bilan tanishish
- 3) dengiz va daryo laynerlari bortida dam olish



Dengiz transportida turistlarni tashish

Jahondagi Kruiz kompaniyalari xalqaro uyushmasiga a'zo Kruiz biznesining eng mashhur tashuvchilar: “Carnival Cruise Lines”, “Celebrate Cruises”, “Royal Caribbean International”, “Princess Cruises”, “Costa Cruises”, Norwegian Cruise Lines”.



Turistlarni hayvon yordamida tashish

Qorli hududlar bo'ylab it qo'shilgan chanada sayohat qilish ekzotika hisoblanadi.

Qutbga yaqin joylar (Finlyandiya, Norvegiya, Kanada va Alyaska)dagi turistik markazlarda mahalliy aholi turistlar uchun tashkil etadigan milliy bayramlarda va ko'rgazmali namoyishlarda it qo'shilgan chanalardan faol foydalaniladi.



Turistlarni hayvon yordamida tashish

It qo'shilgan chanalarda safari Finlyandiyaning qishki kurortlarida, ayniqsa, Laplandiyada turistlar uchun o'tkaziladigan ko'ngilochar tadbirlarning muhim turi. Bu yerda turistlarga itlarni chanaga qo'shish, it qo'shilgan chanani boshqarish o'rgatiladi. Har xil uzunlikdagi manzilni it qo'shilgan chanada bosib o'tish yoki hatto 300-400 km ga sayohat qilish ko'zda tutilgan turlar ham bor. Safar oxirida turistlarga it qo'shilgan chana haydovchi sertifikatini beriladi.



Mavzuni mustahkamlash uchun savollar

1. Turistlarga transportda xizmat ko'rsatishning mazmuni nimadan iborat?
2. Turizm sohasida transport ta'minoti tizimi nimadan iborat?
3. Transportda tashish xizmatlarining xili va turi bo'yicha tasniflanishi qanday amalga oshiriladi?
4. Xalqaro uchishlarning huquqiy hujjatlariga nimalar kiradi?
5. Havoda yo'lovchi yoki yuk tashish to'g'risidagi shartnomaning mohiyati nimada?
6. Dengiz transportida yo'lovchi va yuk tashishning qanday huquqiy asoslari mavjud?
7. Hayvonlar bilan turlarni qanday tashkil etish mumkin?

TURISTIK MARSHRUTLARNI ISHLAB CHIQISH

Reja:

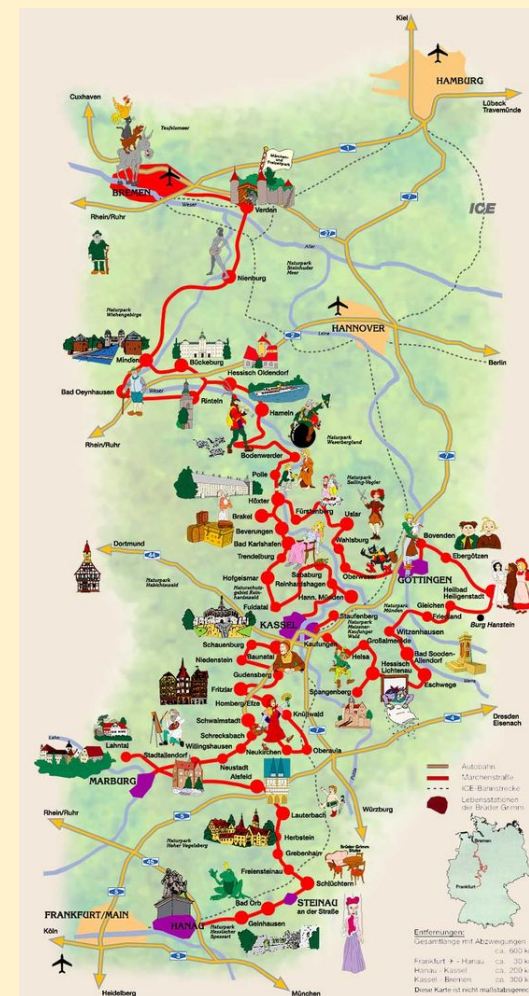
1. Turistik marshrutlar tushunchasi
2. Turistik marshrutlarning kelib chiqshi
3. Turlarning xillari va turistik marshrutlar
4. Turistik marshrutlarni ishlab chiqish texnologiyasi
5. Turistik marshrutlarda xizmat ko'rsatish
6. Turoperatorlik ishini tashkil etishda turistik marshrutlarning o'rni
7. O'zbekistonda turistik marshrutlarni ishlab chiqish imkoniyatlari

Tayanch so'z va iboralar:

Marshrut, turistik marshrut, turistik resurs, turistik ob'ekt, tur, qadimiy marshrutlar, o'zgarmaydigan marshrutlar, tiklanadigan marshrutlar

Turistik marshrutlar tushunchasi

Inson ko'rib, eshitib yurgan har qanday mo'jizaviy, qiziqarli inshootlar, tabiatning so'lim go'shalari, qadimdan saqlanib kelayotgan obidalar, daryolar, sharsharalar, hayvonot yoki turli-tuman o'simliklar o'sadigan joylar, tomosha bog'lariga ma'lum bir yo'ldan boriladi. Bu yo'l turizmدا “**marshrut**” deb ataladi.



Turistik marshrutlar tushunchasi

Marshrut – oldindan rejalashtirilgan sayyohlik safari, sayohat, ekskursiyalar.

Marshrutda sayohat davomida ketma-ket tashrif buyuradigan geografik nuqtalar va joylar ro'yxati, to'xtash joylari, sayohat qilishda foydalaniladigan transport turlari ko'rsatilgan bo'lishi kerak.

Marshrutning boshlang'ich va yakuniy nuqtalari sayohatning boshlanishi va oxiri nuqtalari hisoblanadi.

Marshrutning boshlanishi – sayyohga shartnomada ko'rsatilgan birinchi sayyohlik xizmatini ko'rsatish joyi.

Marshrutning oxiri - so'nggi sayyohlik xizmatini ko'rsatish joyi.

Turistik marshrutlar tushunchasi

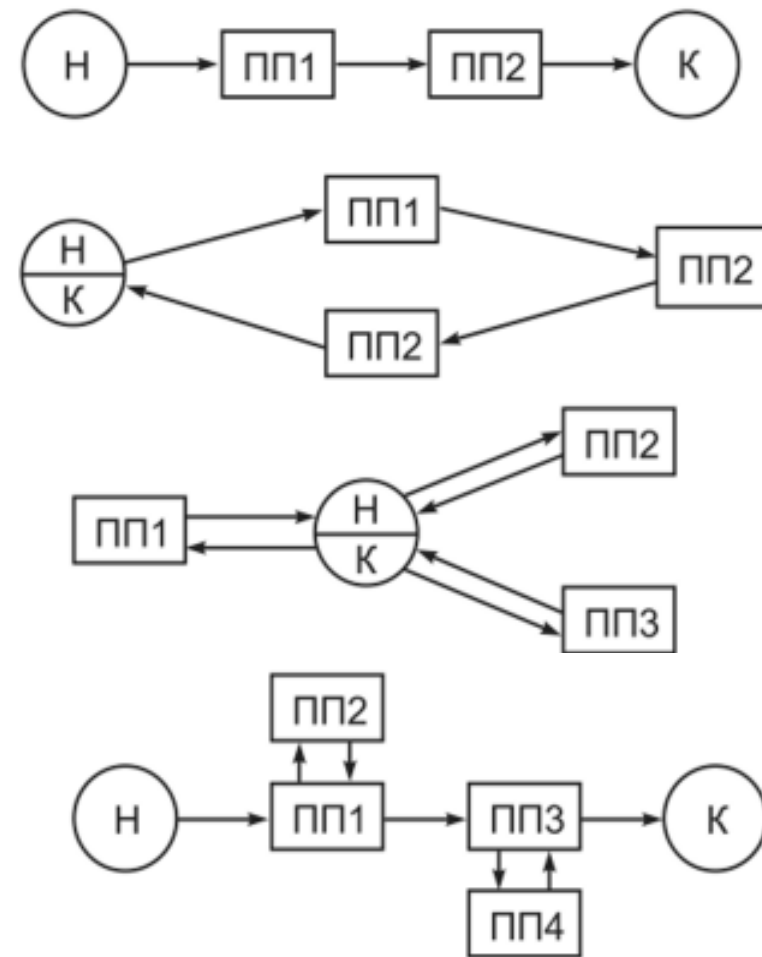
Marshrutlar
yo'nalishi
bo'yicha

Chiziqli

Halqa (aylana)

Radiusli

Aralash



Turistik marshrutlar tushunchasi

Turistik
marshrutlarni
ishlab
chiqish
tamoyillari:

- 1) Jozibadorlik va betakrorlik
 - 2) Imkoniyatlarning yaratilganligi
 - 3) Mazmundorlik
 - 4) Faoliyatlilik
 - 5) Ko'p variantlilik
 - 6) Qulaylilik
 - 7) Axborotlashganlik
-

Turistik marshrutlarning kelib chiqshi

Turizmda marshrutlar quyidalargi bo'linadi:

- 1) Qadimgi marshrutlar
 - 2) Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi marshrutlar
 - 3) O'zgartirilgan marshrutlar
 - 4) O'zgarmaydigan marshrutlar
 - 5) Tiklanadigan marshrutlar
 - 6) Tiklanmaydigan marshrutlar
 - 7) Yangi zamonaviy marshrutlar
-

Turistik marshrutlarning kelib chiqshi

Qadimiy marshrutlar insoniyatning to buyuk geografik kashfiyotlarigacha bo'lgan davrni o'z ichiga oladi.

Misr firavni Nexo topshirig'i bo'yicha Afrikaning dengiz qirg'oq chiziqlari bo'ylab amalga oshirilgan 3 yillik sayohati.

Aynan shu sayohatdan keyin 2 ta qit'a nomlangan:

1. "Asu", "Azu" - kun chiqar – keyinchalik "Osiyo" nomi;
2. "Ereb" – kun botar – keyinchalik "Evropa" nomi



- Египетский фараон Нехо II поручил финикийцам узнать, велика ли страна *Ливия (Африка)*.

Turistik marshrutlarning kelib chiqshi

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

1) Dengiz – suv yo'li marshrutlari

2) Quriqlikdagi marshrutlar

Turistik marshrutlarning kelib chiqshi

Dengizlar
orqali amalga
oshirilgan
marshrutlar:

Fernando Magellan (yer shari bo'ylab sayohati)

Robert Skott va Raul Amundsen (Shimoliy va janubiy qutblarga sayohatlari)

Semyon Dejnyov, Vitus Bering (Shimoliy muz okeani bo'ylab sayohatlari)

M.Lazarov, N.Lisyanskiy (Janubiy qutbga sayohati)

Mikluxo Maklay, Xristofor Kolumb, Jeyms Kuk (Okeanlar bo'ylab sayohatlari)

Fernando Magellan (yer shari bo'ylab sayohati)

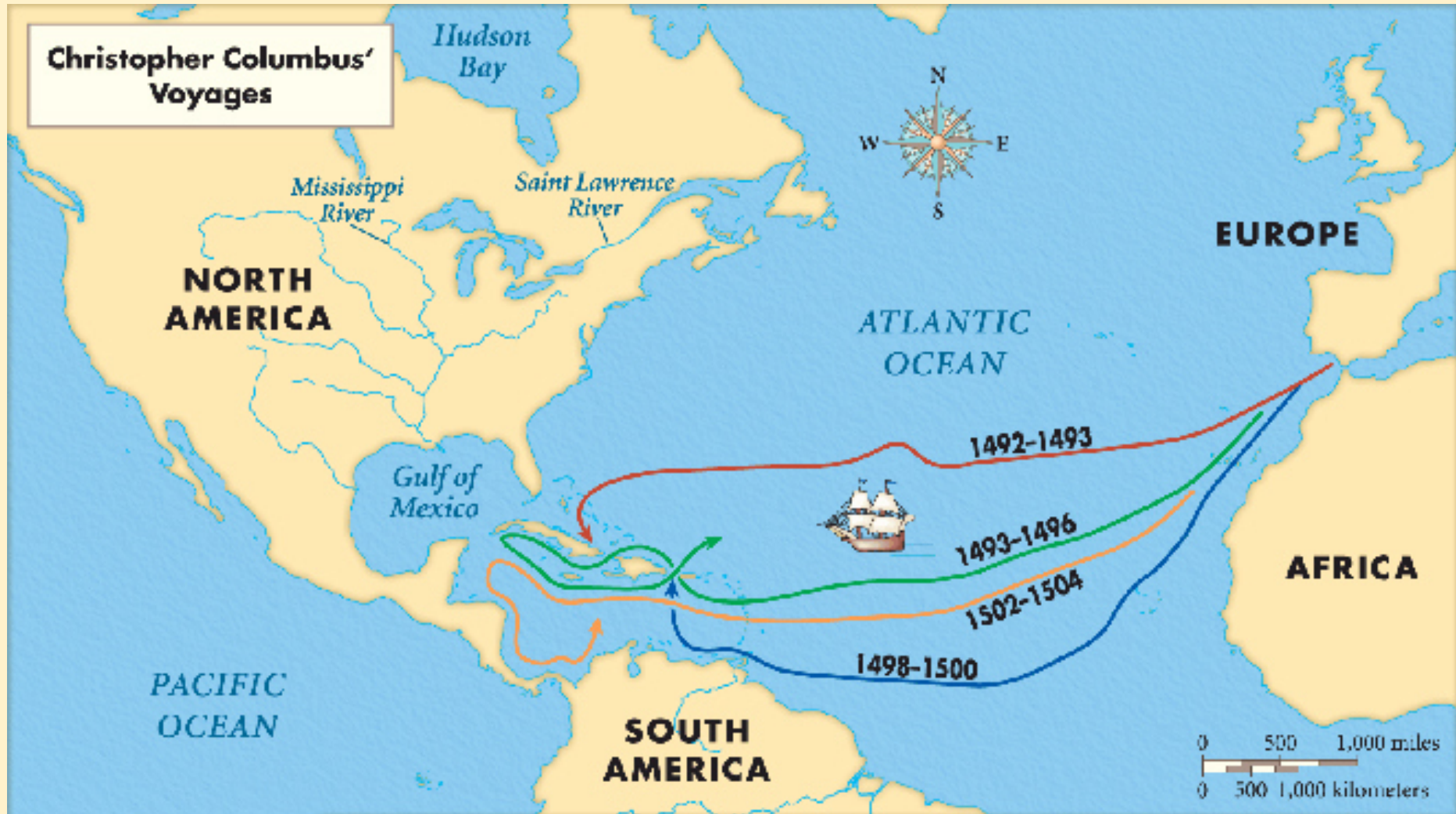


Robert Skott va Raul Amundsen (Shimoliy va janubiy qutblarga sayohatlari)

В 14.12.1911 Южного полюса достигла норвежская экспедиция Руаля Амундсена, 18.01. 1912 года - английская экспедиция Роберта Скотта.

РОБЕРТ СКОТТ **РУАЛЬ АМУНДСЕН**

Xristofor Kolumb (Atlantika okeani bo'ylab sayohatlari)



Quruqlikdan o'tgan eng katta marshrut "Buyuk ipak yo'li"

Ancient Silk Road



**Quruqlikdan o'tgan eng
uzun marshrut
(17 ta mamlakat
bo'ylab)**



Turlarning xillari va turistik marshrutlar

Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi marshrutlarga 1490-1504 yillardagi Xristofor Kolumb, Amerigo Vespuchchi, Vasko da Gama, Jeyms Kuk, David Livingiston, Afanasiy Nikitiy, D.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 asrlar to'g'ri keladi.

Turlarning xillari va turistik marshrutlar

Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi marshrutlarga 1490-1504 yillardagi Xristofor Kolumb, Amerigo Vespuchchi, Vasko da Gama, Jeyms Kuk, David Livingiston, Afanasiy Nikitiy, D.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 asrlar to'g'ri keladi.

Turlarning xillari va turistik marshrutlar

O'zgartirilgan marshrutlar

inson o'zi uchun qulay, yangi yo'llar eskisiga nisbatan o'zining xavfsizligi, harakatlanishda ko'plab sharoitlar, imkoniyatlar mavjudligi bilan ajralib turadigan marshrutlarni ishlab chiqishi.

O'zgarmaydigan marshrutlar

“Barcha yo'llar Rimga olib boradi” shiorida asosan dunyoning qadimiy, tarixiy obidalari, diniy rahnomalar dafn etilgan joylar, noyob haykallari joylashgan o'ziga xos manzillar bilan bog'liq bo'ladi.

Turlarning xillari va turistik marshrutlar

Masalan: Misrdagi piramidalar, Xitoy, Hindiston, Tailanddagi qadimiy toshdan qurilgan ibodatxonalar, Makka, Madina, Quddus, Buxoro, Samarqand, Xiva, Vatikan kabi shaharlarga, tabiat haykallari, Niagara sharsharasiga, g'orlar, buloqlar, tog'larga boriladigan marshrutlar o'zgarmaydi.



Turlarning xillari va turistik marshrutlar

Tiklanadigan marshrutlar

Bunday marshrutlar asosan qadimiy marshrutlar bo'lib asrlar o'tishi va ilmiy-texnika taraqqiyoti tufayli marshrutda transport turlarining o'zgarishi tufayli dastlabki ahamiyatni umuman yo'qotgan marshrutlar hisoblanadi.

Masalan: Eramizdan oldingi II-III asrlarda mashhur bo'lgan, asosan, tuya karvonlari bilan harakatlangan "Buyuk ipak yo'li" marshrutni zamonaviy avtomagistral yoki zamonaviy temir yo'l transporti tarmoqlari orqali tiklash.

Turlarning xillari va turistik marshrutlar

Tiklanmaydigan marshrutlar

Alohida davlatning parchalanib ketishi, shaharlar, sanoat markazlari salohiyatining pasayishi yoki ilmiy-texnika taraqqiyoti rivoji bilan o'z mavqeini yo'qotishi.

Masalan: Kolumb yoki Magellanning okeanlararo kemalarda oylab ketgan dengiz marshrutlarini tiklashga hech ham zarurat yo'q. Bunday marshrutlarni tiklash va turizmga foydalanish iqtisodiy jihatdan samara bermaydi. Bunday marshrutlarni zamonaviy samolyotlarda bosib o'tishi afzaldir.

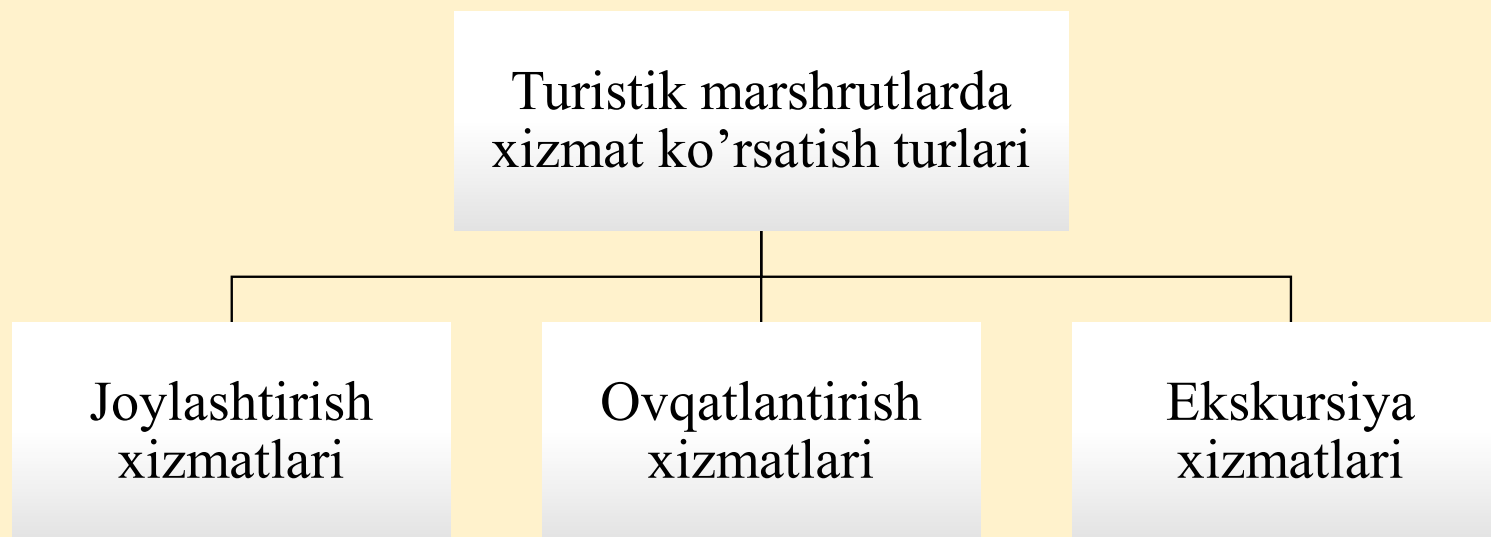
Turlarning xillari va turistik marshrutlar

Turistik marshrutlar

- 1) Mavzuli, ya'ni ma'lum bir mavzu nomidagi turistik marshrut;
- 2) Umumiy turistik marshrut;
- 3) Aralash yoki majmual mavzudagi turistik marshrut;
- 4) Bir mavzudagi – diniy-zoyoratgoh joylarga ishlab chiqilgan turistik marshrut.

Demak, turistik marshrutlar mavzulari ko'p hollarda turizmning turlari nomi bilan bog'liq.

5. Turistik marshrutlarda xizmat ko'rsatish



5. Turistik marshrutlarda xizmat ko'rsatish

Turistik marshrutlarda joylashtirish xizmatlarini ko'rsatishdagi muammolar:

Respublikamizda turizmni rivojlantirishdagi eng og'riqli muammoli masala ekoturizm, arxeologik turizm, ovchilik turizm kabi turizm turlariga marshrutlar ishlab chiqishda yuzaga chiqadi.

O'zbekistonning tabiat mintaqalariga turistik marshrutlarda turistlar uchun tunash joylarining yo'qligidir.

Bu muammoli holatdan chiqishning yagona yo'li ekoturizm, rekreatsiya turizmi yoki ovchilik turizmdagi turistik resurslarga marshrut ishlab chiqishda resursga yaqin joydagi aholi uylarini ijaraga olish hisoblanadi.

5. Turistik marshrutlarda xizmat ko'rsatish

Tabiat landshaftlaridagi turizm maskanlariga resurslariga marshrut ishlab chiqishdan oldin bunday joylarda turistik bazalar va turistik lagerlar barpo qilishga qat'iy ravishda kirishish lozim.

5. Turistik marshrutlarda ovqatlantirish xizmatlari ko'rsatish

Mehmonxonalarda joylashgan turistlarni **ovqatlantirishda xalqaro me'yorlar:**

To'liq pansion – 3 marta ovqatlanish (nonushta, tushlik, kechki ovqat)

Yarim pansion – 2 marotaba ovqatlanish (nonushta-tushlik, nonushta-kechki ovqat yoki tushlik-kechki ovqat)

Faqat nonushta

Faqat tushlik

Faqat kechki ovqat

5. Turistik marshrutlarda ovqatlantirish xizmatlari ko'rsatish

Ovqatlanishda
xizmatlar
shakli:

“**Shved stoli**” - o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish

“**Tabldot**” - hamma mijozlar uchun faqat bitta menyu tayyorlanadi (mijozlarga ovqat tanlash huquqi berilmaydi)

“**A Iya Kart**” - restoran menyusida turistlar hojlagan ovqat turini erkin tanlaydilar



5. Turistik marshrutlarda ovqatlantirish xizmatlari ko'rsatish

Turistlarni ovqatlantirish bilan bog'liq muammolar yechimlari:

Ekoturizm, ovchilik turizmi, sarguzasht turizmi yoki g'orshunoslik va rekreatsiya turizmi mavzulari bo'yicha marshrutlar ishlab chiqilganda turistlarni **“palatka usuli”** da ovqatlantirishni tashkil qilish. Turistlarni qiziqtirish uchun milliy ekzotika varianti, ya'ni ko'chma qozon-tovoq usulida **“tabiat bag'rida tabiiylik”** sharoitida ovqat tayyorlashda taklif etish va ovqatlantirish;

Qayd qilingan turizm mavzularida turistik marshrut ishlab chiqilganda turistik makonda - ob'ektda **“turistik lager”** (mavsumiy palatka usulida) tashkil qilish;

Turli mavzudagi turistik marshrut ishlab chiqishda marshrut davomida mineral suvlar, termosda issiq choy, sovutilgan choy va ekologik toza sharbatlar bo'lishligini ta'minlash;

Turistik marshrutda ekskursiyaga chiqilganda **“ekspeditsiya”** usulida ovqatlanishni (konservalar, qotirilgan kolbasalar, tushonkalar va hakoza) issiq choy bilan tashkil qilish.

TURLARNI SHAKLLANTIRISH VA TASHKIL ETISH

Reja:

1. Tur tushunchasi
2. Turni loyihalashtirish
3. Turni rejalashtirish
4. Sayohatlarni loyihalashtirish
5. Tur iqtisodiy kategoriya sifatida

Tayanch so'z va iboralar:

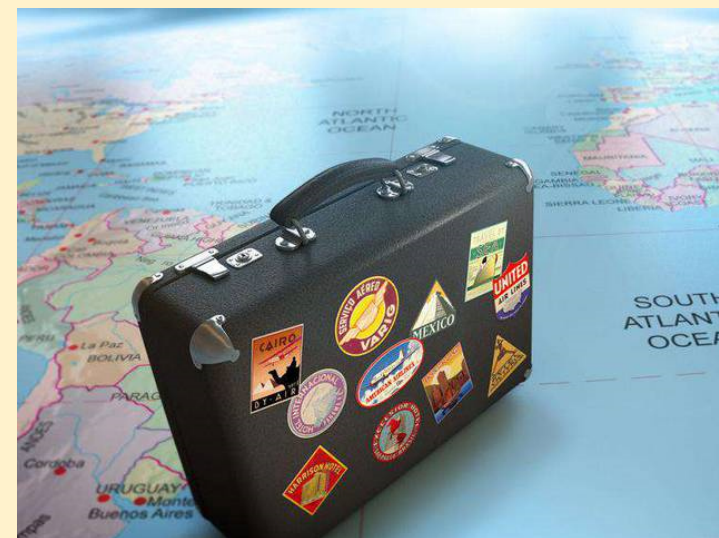
Tur, individual turlar, guruhli turlar, turlarni rejalashtirish, sayohatlarni loyihalashtirish, turopereyting dasturi

Tur tushunchasi

Turoperator faoliyatning asosiy vazifasi munosib xizmat ko'rsatish dasturi bilan mustahkamlangan tur yaratish hisoblanadi.

Aynan shu mahsulot turoperator tomonidan ishlab chiqilib, bozorga chiqariladigan asosiy turistik mahsulot hisoblanadi.

Sotishni tashkil etish usuli va turist talabnomasining turiga qarab turlar: **individual** va **guruhli** bo'ladi.



Tur tushunchasi

Individual tur



Turistlarga ko'proq erkinlik va mustaqil harakatlanish imkonini beradi;

Guruhli turlarga nisbatan qimmatroq;

Individual turlar tarkibiga kiruvchi xizmatlar uchun to'lov to'laligicha turist zimmasiga tushadi;

Turistlar orasida unchalik talabgor emas;

Turni tashkil etish sarmehnat jarayon, u bron qilish uchun kompyuter texnikasidan foydalanish, aloqa vositalarini tartibga solish, hisob va boshqa operatsiyalarni amalga oshirishni talab qiladi;

Turistik firmalar guruhli turizmdan ko'ra individual turizmdan ko'proq foyda oladilar

Tur tushunchasi

Guruhli tur



Nisbatan arzon, ko'p sonli turistlar uchun hamyonbop;

Guruhning barcha a'zolari o'rnatilgan tartibga bo'ysunishlari lozim;

Turlarda to'lov guruhdagi a'zolari o'rtasida taqsimlanadi;

Guruhli tur ko'pchilik turistlar orasida yuqori talabgor



Tur tushunchasi

Turistik mahsulotni ishlab chiqish va sotishdagi eng muhim talablar:

Jozibador turistik mahsulotni ishlab chiqish – turoperatorlarning eng muhim va eng birinchi vazifasi;

Turistik tashkilotlar faoliyati mahsulotni ishlab chiqish jarayoni bilan bevosita bog'liq;

Tashkilotning tovar siyosati – turlar assortimenti, xizmat ko'rsatish dasturi va turmahsulot birligi bilan bog'liq qarorlarni qabul qiladi;

Turistik mahsulot yaratishda turist nima sotib oladi? - degan savolga aniq javob berish lozim;

Turist mehmonxonada joylashtirish uchun emas, yangi hissiyotlar va notanish narsalar bilan tanishish, restorandagi bifshteks yoki go'shtli qiyma uchun emas – e'tibor va qo'laylik uchun pul to'laydi;

Turmahsulot yaratish turistning iste'molchilik hususiyati va sifatlarini o'rganishdan, turistlar uchun eng jozibali tomonlarni ochishdan boshlanadi.

Tur tushunchasi

Turistik mahsulotning iste'molchilik hususiyatlari:

1) **Asoslanganlik** (barcha xizmatlarni ta'kid etish turist ehtiyojlariga asoslanganligi, sayohat maqsadi va tegishli sharoitlar bilan moslashgan bo'lishi)

2) **Ishonchlilik** (axborot va ma'lumotlarning ishonchliligi, mahsulot real tarkibining reklamaga muvofiqligi)

3) **Samaradorlik** (turist tomonidan kam harajatlar evaziga ko'proq samaraga erishilish)

4) **Butunlik** (mahsulotning yakunlanganligi, uning turist talabini to'la qondira olish hususiyati)

Tur tushunchasi

Turistik mahsulotning iste'molchilik hususiyatlari:

5) **Aniqlik** (mahsulot iste'moli uning yo'naltirilganligi ham turist uchun ham xizmat ko'rsatuvchi xodim uchun tushunarli bo'lishi lozim)

6) **Qo'llashdagi oddiylik;**

7) **Egiluvchanlik** (mahsulot va xizmat ko'rsatish tizimining iste'molchilar turli tiplariga mos kelishi va xizmat ko'rsatuvchi xodimning o'zgarishiga nisbatan befarqligi)

8) **Nafilik** (mahsulotning bir yoki bir nechta maqsadga erishish uchun xizmat qilishi, masalan, dam olish va o'rganish, turistning u yoki bu ehtiyojlarini qondira bilish qobiliyati)

Tur tushunchasi

Туристтик саёҳатдан қониқиш даражасини ўрганиш сўровнома (анкета) асосида амалга оширилади. Туристтик хизмат устидан назорат турмахсулотни режалаштириш босқичида бошланади.

Турмахсулотда меҳмондўстлик бетакрор хусусияти касб этиб, усиз ҳар қандай энг мукамал турмахсулот ҳам ўз қиёфасини йўқотади.

Туристтик индустриясида меҳмондўстлик - касбий талаб бўлиб, туристларга хизмат қилишдан хурсанд эканлигини билдиради.

Меҳмондўстлик – эътибор, хурмат ва персаналнинг илтифоти ҳисобланади.

Tur tushunchasi

Mehmondo'stlik
serqirra
tushuncha sifatida
bir necha tashkil
etuvchi
omillardan iborat:

Dam olish imkoniyatlari, bilim olish va vaqtichog'lik haqidagi mahalliy va hududiy bozorlari haqidagi sifatli axboroti;

Potentsial iste'molchilarga xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar va turistik hudud to'g'risida ijobiy tasavvur yaratish (reklama, teleko'rsatuvlarda qatnashish va h.k);

Xizmat ko'rsatuvchi personalning turistlarga iltifot ko'rsatishga intilish (Hammasi mijoz uchun shiori bo'yicha xizmat ko'rsatish);

Turistik mahsulotni taqdim etuvchilarning turistlar hajmi va iltimoslariga e'tiborli munosabati (Biz Siz uchun nima qila olamiz? tamoyili bo'yicha);

Xizmatlarni olishda turistning moslashuvini yengillashtirish (turfirma ichki axboroti, turistga tushunarli bo'lgan tilda tayyorlangan bukletlar, sayohatnomalar);

Turistlarga marhamatli munosabatda bo'lish.

Tur tushunchasi

Turni tashkillashtirish texnologiyasida turistlar va xizmat ko'rsatuvchi xodimning o'zaro ta'sir muhiti ham turistlar tomonidan xizmatlar qabul qilinishining psixologik jihatlari ham birdek muhimdir.

Turni tashkillashtirishda turistning shaxsiy qiziqishlari, unga bo'lgan samimiy munosabat doimo birinchi o'ringa qo'yilishi lozim.



Tur tushunchasi

Xalqaro turizm
da turistlarga e'tibor
alomatlari ko'rsatish
amaliyoti:

maqsadidan kelib chiqib, har bir turist uchun qo'tlovchi suvenirlar (Masalan, kasbiy sayohat, ya'ni ish yuzasidan sayohatlarda prospektlar yoki turistlarni qiziqtiruvchi mahsulotlar namunalari, falklor turlarda esa milliy xarakterdagi suvenirlar bo'lishi mumkin);

tur yakunida turistlarga bosib o'tilgan marshrutlar bo'yicha maxsus tayyorlangan diplomlar, yorliqlar, nishonlar taqdim etish;

turistlarga reklama varaqlari, bukletlar, yo'l ko'rsatuvchilar va dam olish maksanlari haqidagi ma'lumotlar tarqatish;

sayohatning ilk kunlarida asosiy va qo'shimcha xizmatlar bo'yicha tushuntirish ishlarini olib borish.

Tur tushunchasi

Xizmat ko'rsatishni tashkil qilishda ozodlik tamoyilini inobatga olish, ya'ni sayohat chog'ida barcha ko'ngilsiz yumushlardan ozod bo'lish.

Masalan, turistlarni transportga biletlar buyurtmasidan, konsert yoki teatrlarga biletlar buyurtmasidan, har qanday turdagi xizmatlarni kutishidan butunlay xolos qilish.



Xizmat ko'rsatishning optimalligi - mehmondo'stlikka aloqador bo'lgan xususiyat

Xizmat ko'rsatishning optimallasuvi:

barcha xizmat turlarining yagona daraja (klass)ga mos kelishi;

barcha xizmatlarning tur mazmuniga mos kelishi;

turning iste'molchilarning ma'lum maqsadli guruhiga yo'naltirilganligi;

xizmat ko'rsatish dasturini oldindan kelishilganligi;

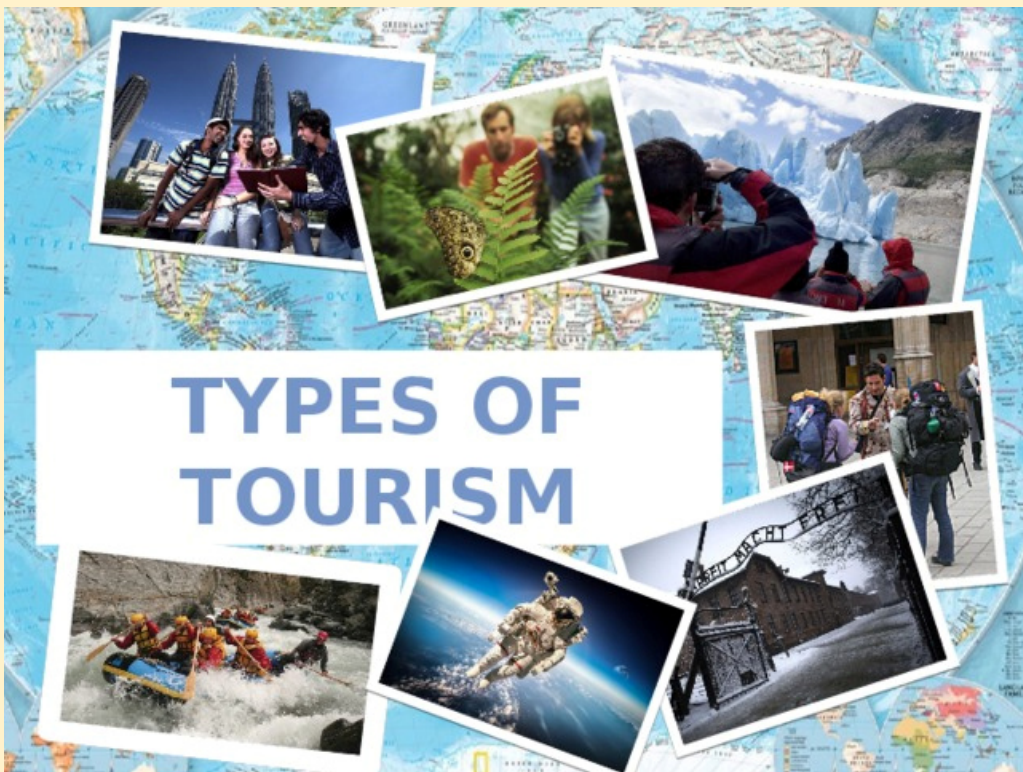
dasturlarning qayishqoqligi (elsatiligi) u yoki bu xizmatlarni almashtirish imkoni mavjudligi;

taqdim etiladigan xizmatlar soni bo'yicha xizmatlarning maqsadga muvofiq tarkibi;

xizmat ko'rsatishda majburiylik alomatlarining yo'qligi.

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari

Tur tiplari:



- 1) Faol dam olish
- 2) Passiv dam olish
- 3) Davolanish
- 4) Tanishuv turizmi
- 5) Xorijda ta'lim olish
- 6) Ziyoratchilik turizmi
- 7) Mavzuli turlar
- 8) Rural turlar
- 9) Intensiv turlar
- 10) Ecoturlar
- 11) Ekstremal turlar
- 12) Jamoaviy dam olish turlari

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari



Faol dam olish:

Sport bilan shug'ulanish

Sarguzashtlar

Yangi hissiyotlar

Fikrdoshlarni qidirish

Passiv dam olish

Ekologik ajoyib joylarga sayohat

Tabiatda orom olish



Davolanish

Komfort sharolitda dam olish

Parxezli ovqatlanish

Organizmni sog'lomlashtirish

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari



Tanishuv turi:

Turli mamlakat va mintaqalarning madaniyati, an'ana va odatlari bilan tanishish;

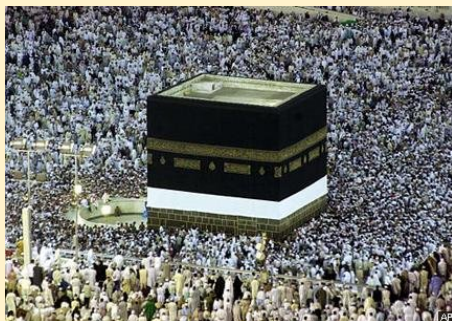
Muzey, teatr, ko'rgazmalarga borish hisobiga dunyoqarashni kengaytirish;

Yangi tanishuvlar



Xorijda ta'lim olish

Sertifikat, diplom, litsenziya olish



Ziyoratchilik turizmi

Ibodot qilish

Rasm-rusumlarda qatnashish

Diniy ziyorat markazlariga borish

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari



Mavzuli
turlar:

Umumiy fikrdosh qidirish

Dunyoqarashni kengaytirish

Tajriba almashish



Rural turlar

Tabiat bilan uyg'unlik

Sog'likni tiklash

Ekologik toza mahsulotlardan foydalanish



Intensiv
turlar

Faol ishchilarni mukofatlash

Ish sifatga bog'liq holda

O'zaro hamkorlikni rivojlantirish

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari



Ekoturlar: Tabiat bilan uyg'unlik

Mintaqalardagi flora va fauna bilan tanishish



Eksterimal turlar

Hayot va sog'liq uchun xavfli

Adrenalinni kuchaytirish



Jamoaviy dam olish

«Buyurtmali» dam olish

Yuqori darajadagi komfort va sifatli xizmat ko'rsatish

Ko'p maqsadli turlar (dam olish, sport, ekskursiya va boshqalar)

Turni rejalashtirish

Yangi mo'ljallangan joyga turlarni tashkil etish to'g'risida qaror qilishdan oldin turistik firma **marketing tadqiqotlarini o'tkazadi.**

Bu orqali iste'molchilarning nimani afzal ko'rishlari va talab-ehhtiyojlar tendentsiyasi aniqlashtiriladi.

Bu esa turistlarnig barcha ehtiyojlarini yanada to'liq qondirishga qaratilgan turpaketlarni shakllantirishga, turlarni rejalashtirish jarayonini to'g'ri yo'naltirishga hamda xizmatlar yetkazib beruvchilari bilan shartnomalar tuzishga yordam beradi.

Turni rejalashtirish

Turlarni rejalashtirish bo'yicha tayyorgarlik ishlari quyidagi yo'nalishlarda amalga oshiriladi:

Yangi tur dasturlarini
ishlab chiqish
bo'yicha

Yangi marshrutlarni
ochish bo'yicha

Turistlarni yangi
xorijiy davlatga ilk
bor jo'natish
bo'yicha

Tayyorgarlik ishlari 2 va undan ortiqroq yil oldin boshlanadi.

Tashabbuskor (initsiativ) turoperatorning yangi yozgi turopereyting dasturi uchun tipik vaqtinchalik shkalasi

Faoliyat turlari	Yillar	Ishlarning aniq turlari
Rejalashtirish bo'yicha ilmiy-tadqiqot ishlari	1 yil	Marketing tadqiqotlari. Paketli turlarga kelgusida ta'sir qiluvchi iqtisodiy omillarni o'rganish, qabul joyini tanlash va belgilash
Muzokaralarni rejalashtirish	2-yil	Marketingning 2-bosqichi: muqobil mo'ljallangan joylarni har tomonlama taqqoslash, ularni tanlash. Mo'ljallangan joy, otellar, ularni sig'imi, tur, davomiyligi, mavsum boshlanishi, jo'natish vaqti to'g'risida qarorlar qabul qilish. Broshyuralar bukletlar dizayni va o'lchamlari, nashri, tayyorlash muddati to'g'risida qaror qabul qilish. Charter reyslar bo'yicha avialiniyalar bilan muzokalar olib borish. Transfert, ekskursion operatorlar bo'yicha servis xizmatlari, otellar bilan shartnomalar olib borish.
Bukletlar va personalni tayyorlash bo'yicha ishlar	2-yil	Otellar, avialiniyalar, servis xizmatlari, ekskursiya va boshqalar bo'yicha shartnomalarni rasmiylashtirish. Buklet va broshyuralarni namunaviy nusxasini tayyorlash va nashr qilish. Dizayn bo'yicha takliflar va rasmiylashtirish. Sotish narxini baholash. Bronlash bo'yicha xizmatchilarni tayyorlash. Turni so'ngi narxini hisoblash. Buklet (katolog)ni nashr etish.
Siljitish (haakatlantirish)	3-yil	Nashrdan chiqarilgan broshyuralarni bozorda tarqatish. Sotishni boshlang'ich harakatlantirish. Ommaviy axborot vositalarida turni reklama qilish. Sotish va reklamani yuqori cho'qqisi. Vakillarni to'plash. Yangi tur bo'yicha birinchi jo'natish

Turni rejalashtirish

Xizmatlar sherik-etkazuvchilari bilan o'zaro munosabatlarda shartnoma shaklida (shartnomalar tuzish yo'li bilan) rasmiylashtiriladi.

Shartnoma kompaniyasidan oldin qo'yidagi bo'limlardan iborat bo'lgan shartnoma rejasi tuziladi:

- sheriklarning nomlari;
- ishlarning aniq turlari ko'rnishlari;
- shartnomaning amal qilish muddati;
- shartnomalarni tuzish muddati;
- o'ta o'ziga xos muhim ma'lumotlar

Turni rejalashtirish

Shartnomalarni ishlab chiqishda turistik firmalar turistik-mehmonxona yo'nalishdagi turli (spravochnik) axborot to'plamidan keng foydalanadi.

Mehmonxona biznes sprovochnigi o'z tarkibiga turistlarga taqdim etiladigan asosiy xizmat turlari ko'rsatiladi.

Dam olish va sayohat qilishni tashkil etish imkoniyatlari, joylashtirish va mehmonxona xizmatlari bo'yicha ma'lumotlar kiritiladi.

Spravochniklarning milliy, mahalliy va korparativ turlari nashr qilinadi.

Unda yo'l ko'rsatuvchilar, marshrut sprovochnigi, diqqatga sazovar joylar, turlarni tashkil etish va xizmat ko'rsatish dasturlari kiritiladi.

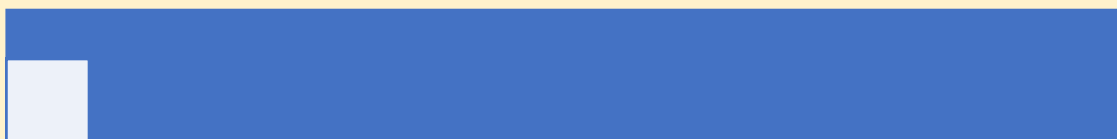
Sayohatlarni loyihalashtirish

Turistik sayohatlar “Turistik-ekskursion xizmat ko’rsatish. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish” 28681.1-95 GOST ga muvofiq loyihalashtiriladi.

Mazkur GOSTda loyiha hujjatlari “Iste’molchilar huquqlarini himoya qilish to’g’risida”gi Qonunga muvofiq turistlar hayoti, mulki va sog’ligi, ya’ni atrof-muhitni himoya qilishni ta’minlaydigan havfsizlik talablarini o’zida mujassamlashtirishi lozim.

Sayohatlarni loyihalashtirish

Xizmatlarni loyihalashtirish asosi bo'lib verbal model, ya'ni talablar to'plamidir:



Xizmatlar tavsifi davlat standarti talablaridan past bo'lmasligi lozim.

- xizmatlar bozorini o'rganish natijasida aniqlangan
- buyurtmachi bilan kelishilgan
- xizmatlarni bajaruvchi imkoniyatlarini hisobga oladigan

Sayohatlarni loyihalashtirish

Turistlarga istalgan xizmat ko'rsatish turiga bo'lgan talablarni aks ettiradigan hujjatlarda quyidagilar aks etishi lozim:

turistlarga xizmat ko'rsatish usullari, shakllari va jarayonlarning tasvirlanishi;

turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonlari tavsifnomalari;

foydalaniladigan jihoz (uskuna)larning qabul qilish qobiliyati va miqdori, turga talablar;

personallarning zarur miqdori va ularning professional tayyorgarlik darajasi;

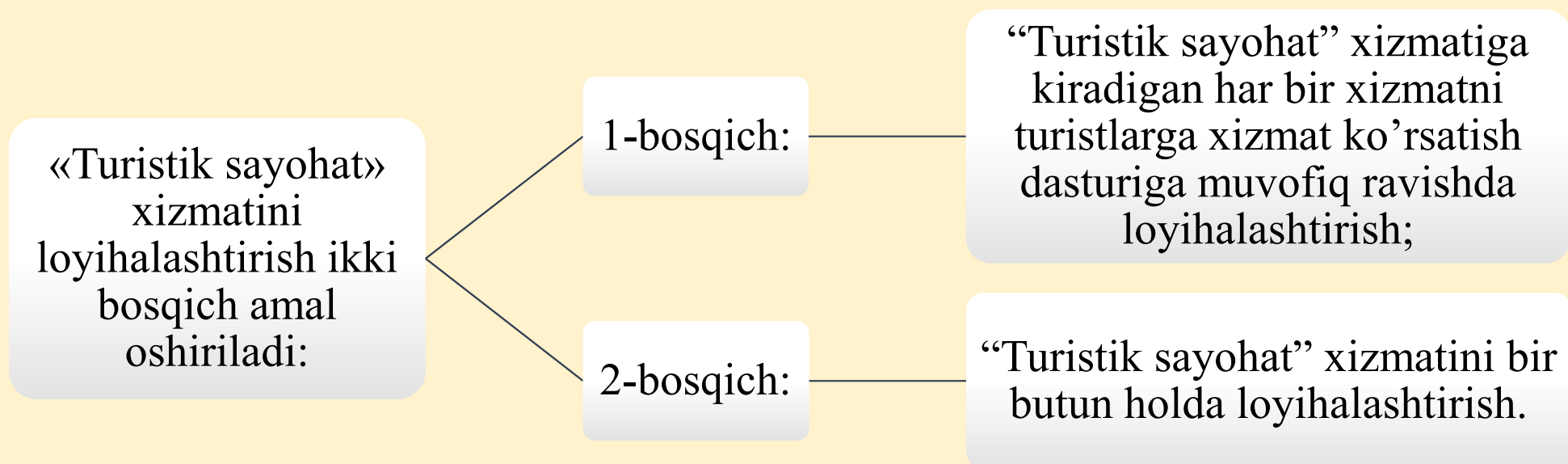
xizmat ko'rsatishning shartnoma ta'minoti;

turistlarga xizmat ko'rsatish kafolatlari;

rekreatsion resurslar egalari, sanitariya-epidemiologiya nazorati organlari, Yong'in xavfsizligi nazorati va boshqa tashkilotlar bilan kelishilganlik

Sayohatlarni loyihalashtirish

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonlarini loyihalashtirish xizmatlar ko'rsatishning alohida bosqichlari bo'yicha amalga oshiriladi va ularning har biriga texnologik kartalar tuziladi.



Sayohatlarni loyihalashtirish

"Turistik sayohat" xizmatlarini loyihalashtirish quyidagilar asosida tuziladi.

- aholining talablari va to'lov qobiliyati;

- turistik sayohatlarga bo'lgan talabi;

- ma'lum hududning rekreatsion resurslari imkoniyatlari



Hamda ular turistlarga xizmat ko'rsatish dasturi loyihasida yanada aniqlashtiriladi.

Sayohatlarni loyihalashtirish

Xizmat ko'rsatish dasturini ishlab chiqishda quyidagilar aniqlanadi:

sayohat yo'nalishi;

xizmatlarni bajaruvchi turistik korxonalar ro'yxati;

har bir xizmatlarni bajaruvchi korxonaning xizmatlar ko'rsatish davri;

ekskursiyalar va diqqatga sazovor ob'ektlar tarkibi;

turistik safarlar, sayrlar ro'yxati;

hordiq chiqarish tadbirlari kompleksi;

yo'nalishning har bir punktida bo'lish davomiyligi;

Sayohatlarni loyihalashtirish

Xizmat ko'rsatish dasturini ishlab chiqishda quyidagilar aniqlanadi:

sayohatga chiqadigan turistlar soni;

ichki tashuvlar uchun transport turlari;

gidlar, ekskursovodlar, xorijiy vakillar, instruktorlar, tarjimonlar va boshqalarga, shuningdek ularni tayyorlashga bo'lgan ehtiyoj;

transport vositalarining zarur soni;

turistik yo'llanmalarning ma'lumot varaqalari uchun sayohatni tasvirlash shakli, reklama va ma'lumot materiallarini tayyorlash tartibi, ularning soni va boshqalar.

Sayohatlarni loyihalashtirish

Turizmni loyihalashtirish natijasida quyidagilar to'g'ri tarkib topishi lozim:

- 1) Turistik sayohatlarning texnologik xaritalari;
- 2) Xizmatlar yetkazib beruvchi korxonada bandligi grafikasi;
- 3) Turistik yo'llanmadagi ma'lumot varaqasi;
- 4) Turistlarga xizmat ko'rsatish dasturlari.

Turistik sayohatlarning texnologik xaritalari

1 - илова

Туристлик саяхатининг йўлланмаси ва технологик харитасини тузиш

Маршрутта хизмат кўрсатувчи туристик корхонасининг номи

2009 йил учун

Маршрут номи

Маршрут бўйича туристик саяхатининг

ТЕХНОЛОГИК ХАРИТАСИ

1. Маршрутнинг асосий кўрсаткичлари

Маршрут тури _____

Мураккаблик категорияси _____

Маршрут узунлиги (км), жумладан яёв, қайиқда _____

Саяхат муддати (сутка) _____

Туристлик гуруҳлари сони _____

Гуруҳлардаги туристлар сони _____

Маршрутдаги жами туристлар сони _____

Жами одам-кун хизмат кўрсатилиши _____

Маршрутда биринчи гуруҳга хизмат кўрсатишнинг бошланиши _____

Маршрутда сўнгги гуруҳга хизмат -/- бошланиши _____

Сўнгги гуруҳга хизмат кўрсатишнинг охири _____

Ой	Бир ойдаги туристлар сони	Ойлар бўйича туристик гуруҳлар келиш графиги	Бир ойдаги гуруҳлар сони
01			
02			
...			
12			

Саяхат бошланадиган туристик корхонаси манзили

Йўлланма нархи _____

2. _____ маршрут бўйича туристлар ва саяхатларга хизмат кўрсатиш дастури

Аҳоли пунклари, улар орасидаги масофа, воситалар	Туристлик корхоналар номи	Режалаштирилган туристик хизматлар. Экскурсия номи (- дан)	Маршрут ичидаги ташувлар	1 кишига экскурсион харажатлар

Жами, _____

жумладан, 1 _____ корхона _____

жумладан, 2 _____ корхона _____

жумладан, ва х. _____ корхона _____

Маршрут ичидаги ташувларни қуйидаги корхоналар амалга оширади:

МУХР ўрни

Маршрутга хизмат кўрсатувчи корхона раҳбарлари имзоси

Гуруҳлар топшириладиган пунктлар:

Шартли белгилар

X – Туристлик корхонасида хизмат кўрсатилади

СП – сухой паёк

Тоҳ – тунаш очик хавода (сафар палаткалари)

Молия хизматлари раҳбарлари (бош ҳисобчилар) имзоси

« _____ » 2009 йил

3. Саяхатнинг қисқача баёни (Туристлик йўлланмаси иловасида такрорланади)

Маршрутда хизмат кўрсатувчи туристик корхонаси Раҳбари

Имзо

Xizmatlar yetkazib beruvchi korxonaga bandligi grafikasi

Туристтик корхонанинг юклама графиги ва маршрутнини тузиш

САФАР ТРАССА ПАСПОРТИ

1. Туристтик корхонасининг номи _____
Туризм тури _____ сафар трассаси _____

асосий географик пунктлар номи

Узулиги _____ км, давомийлиги _____ сутка

Бир гуруҳдаги туристлар сони _____ нафар

Иш даври _____ дан _____ гача

Паспорт тузилган пайт 200 _____ йил, _____ нусхада

Ўзгаришлар киритилган: 200 _____ йил, _____ саҳифа

200 _____ йил _____ саҳифа

Паспорт нусхалари жўнатилган:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

2. Сафар трассасини босиб ўтиш режаси

Йўл кунлари	Трасса участкаси	Км	Харакат воситаси

Жами фаол ҳаракат воситалари билан _____ км.

3. Сафар трассаси схемаси (сафар трассаси кўрсатилган, масштаб 1: 200000 дан кам бўлмаган босма ҳарита ва схемалар элимланиши мумкин).

Шартли белгилар:

Сафар трассаси _____ пана жойлар
трассанинг заҳира варианты _____ тиббий ёрдам пункти
тунаш жойи _____ алоқа пункти (тури кўрсатилади)
дам олиш нуқтаси _____

Сафар трассасининг қисқача тавсифи, йўлнинг мураккаб участкаларининг баёни

3. Сафар трассаси ҳудудидаги иқлим тўғрисида маълумот (мазкур маршрут иши даврига тўлдирилади)

Маълумотлар	Ойлар	06	07	08	09
Ҳарорат C°			Ўртача Минимал Максимал		
Шамол тезлиги м/с			Ўртача Максимал		
Ёгингарчиликнинг ўртача миқдори мм			Ўртача Максимал		

5. Содир бўлиши мумкин бўлган фавқулодда ҳодисалар ва гуруҳнинг бу пайтдаги ҳаракати.

6. Туристларнинг сафар олди тайёргарлигига талаб. Назарий ва амалий машғулотлар турбазада

№	Мавзу	Машғулотлар соат ҳажми	Ўтказиш шакли

7.Йўлланма илова варақаси матни учун тавсиялар. Йўлланма матнига туристлик жиҳозлар, кийим-кечак, пойафзал бўйича тавсиялар киритади.

8.Трассани босиб ўтиш учун туристлик жиҳозлари:

- а) йўлланма бўйича туристлик корхонаси томонидан бериладиган, шу жумладан бутун гуруҳ учун (_____ нафар сайёҳ ва бир инструкторга);
- б) кўшимча тўлов эъвазига бериладиган _____

9.Сафар трассанинг ободончилиги

Маркировка (рамзий белгилар) _____
Дам олиш жойи, тунаш жойи, пана жойлар, йўл ободончилиги _____

Корхона директори _____

Катта инструктор _____

«Келишилган»

(келишувчи ташкилотлар имзоси)

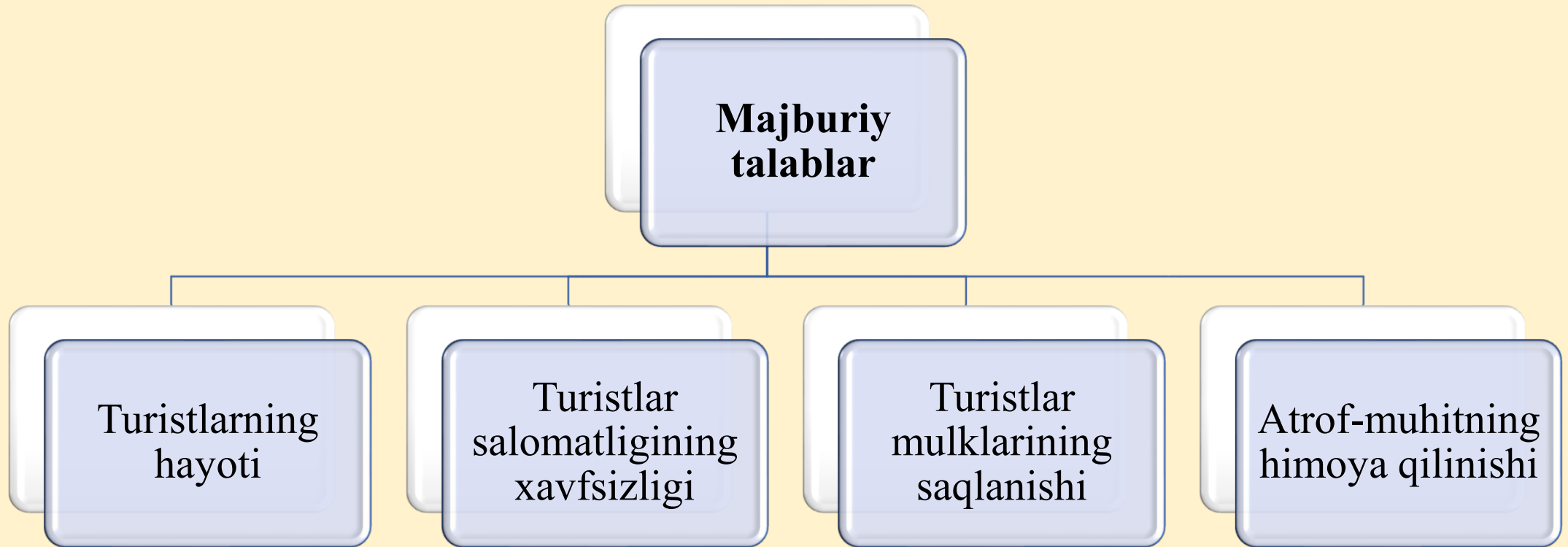
Sayohatlarni loyihalashtirish

Turistik xizmatlarga umumiy talablar “Turistik-ekskursion xizmat ko’rsatish. Turistik xizmatlar. Umumiy talablar” 28681.2-95-GOST da keltirilgan.

1) Majburiy talablar

2) Tavsiya qilinadigan

Sayohatlarni loyihalashtirish



Sayohatlarni loyihalashtirish

Tavsiya qilinadigan

- 1) Sayohatlarni belgilanishiga muvofiqligi
- 2) Xizmatlar bajarilishining aniq va o'z vaqtida bo'lishi
- 3) Komplekslilik
- 4) Xizmat ko'rsatuvchi personallarning ahloqliligi
- 5) Qulaylik
- 6) Estetiklik
- 7) Ergonomiklik

Sayohatlarni loyihalashtirish

Sayohatlarni belgilanishiga muvofiqligi:

- 1) Turistik xizmatlarni iste'molchilarning jismoniy imkoniyatlari va kutishlariga muvofiq kelishi;
 - 2) Turistik xizmatlar bajarilishining aniq va o'z vaqtida borishi
 - 3) Iste'molchilarga ko'rsatiladigan turistik xizmatlarning hajmi, muddati va sharoitlari bo'yicha yo'llanmada, chipta yoki kvitantsiyadagi talablarga mos kelishi.
-

Komplekslilik

Turistik xizmatlarni ko'rsatish nafaqat asosiy xizmatlarni, balki iste'molchilar hayoti ta'minotining normal sharoitlarini yaratadigan qo'shimcha xizmatlarni ham olish imkoniyatini ta'minlashi

Sayohatlarni loyihalashtirish

Xizmat ko'rsatuvchi personallarning axloqliligi

1) Xizmat ko'rsatuvchi personallarning o'z-o'zini tutish etikasi talablariga qat'iy rioya qilishi;

2) Xizmat ko'rsatuvchi personallarni turistlarga nisbatan muloyimligi, samimiy munosabati, kommunikabelliligi kafolatlangan bo'lishi.

Qulaylik

Turistik xizmatlar iste'molchilar uchun yaratilgan qulay sharoitlarda ko'rsatilishi

Sayohatlarni loyihalashtirish

Estetiklik

1) Turistik korxonada hududi, binolarning badiiy yechimi, yo'nalish keng ko'lamda tashkil etilishi

2) Xizmat ko'rsatuvchi binolar inter'erini bezatilishining kompozitsion uyg'unligi va arxitekturaviy yaxlitligi talablariga muvofiq bo'lishi;

3) Xizmat ko'rsatuvchi personallarning tashqi ko'rinishi va nutq madaniyati estetikasi talablariga javob berishi.

Sayohatlarni loyihalashtirish

Ergonomikligi Xizmat ko'rsatish davomiyligi, turistik va ekskursion yo'nalishlarning davomiyligi va murakkablik darajasi, turistlarga beriladigan jihozlar va narsalar, foydalaniladigan transport vositalari, mebel hamda boshqa jihozlar turistlarning jismoniy, psixologik imkoniyalariga mos kelishi

Sayohatlarni loyihalashtirish

Turizmda xizmatlarni loyihalashtirishda turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini nazorat qilish usullari:

1) Xizmat ko'rsatish jarayonida xizmatlar tasnifiga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan muhim jihatlarini aniqlash;

2) Xizmatlar tasniflarini to'g'rilash usullarini aniqlash;

3) Nazorat qilinadigan tasniflarni baholash usullarini aniqlash

Sayohatlarni loyihalashtirish

Nazorat qilish
usullari

Vizual

Yo'nalish va
ob'ektlarni ko'rib
chiqish

Analitik

Hujjatlarni tahlil
qilish

Ijtimoiy

Turistlar va
personallar orasida
so'rovlar o'tkazish

TUROPERATORNING XALQARO TURLARNI TASHKIL ETISH XUSUSIYATLARI

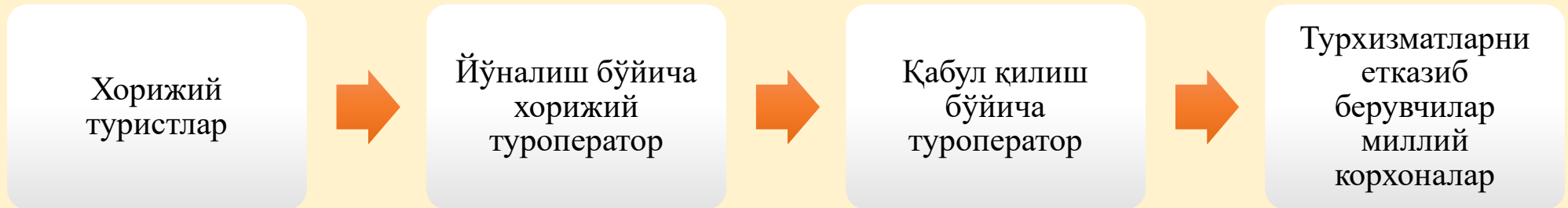
Reja:

1. Turizm sohasida halqaro hamkorlik
2. Agent bitimi
3. Turistik agentliklar ish texnologiyasi va funktsiyalari
4. Turistik safarlarni tashkil etishda turistik firmalarning o'рни va roli

Tayanch so'z va iboralar:

Tur, xalqaro tur. qabul qilish bo'yicha turoperator, yo'nalish bo'yicha turoperator, agent bitimi, turlar narxi, turistik agentliklar ish texnologiyasi, turistik firma.

Халқаро турларни ташкил этиш

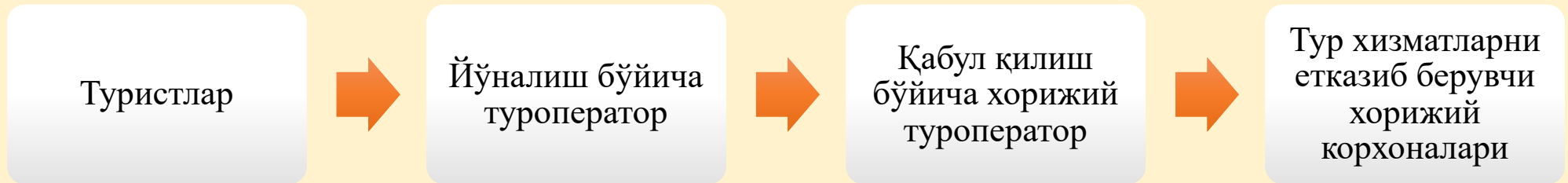


Хорижий туристларни қабул қилишда миллий ва хорижий турфирмаларнинг ўзаро ҳаракати схемаси

Кўрсатилган схема бўйича миллий ва хорижий туроператорлар функцияси:

- 1) Хорижий туроператор ўз мамлакатидан чиқиш туризми бозорида турмаҳсулот сотиш ва ҳаракатини таъминлайди ҳамда туристларни халқаро ташишни ташкил қилади.
- 2) Миллий туроператор турмаҳсулотни шакллантиради ва хизматлар пакетига нарх қўяди. Шунингдек келган хорижий туристларга сифатли хизмат кўрсатишни ташкил этишни таъминлайди.

Халқаро турларни ташкил этиш



Миллий туристларни хорижга юборишда миллий ва хорижий турфирмаларни ўзаро ҳаракат схемаси

Кўрсатилган схема бўйича миллий ва хорижий туроператорлар функцияси:

- 1) Хорижга чиқиш туризми бозорида миллий туроператор хорижга турмаҳсулот сотиш ва ҳаракатини таъминлайди ҳамда туристларни халқаро ташишни ташкил қилади.
- 2) Хорижий туроператор турмаҳсулотни шакллантиради, хизматлар пакетига нарх белгилайди ҳамда ўз мамлакатада туристларга хизмат кўрсатишни таъминлайди.

Туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш

Сегмент	Сегмент талаблари	Сегмент билан ишловчи туроператор имкониятларига талаблар
Авиатурлар	-учиш хавфсизлиги; -тўғри авиарейслар ёки маршрут бўйича қулай хизматлар мавжудлиги; -таклиф қилинаётган жойлаштириш воситалари ва тур дастурларининг турли ассортименти; -аэропротда хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.	-авиакомпания билан шартнома муносабатларининг мавжудлиги (авиачипталарнинг сотилиши ҳақида ёки чартер ташишларни ташкил қилиш) -авиа ташувчиларнинг ижобий имиджи; -учиш ва қўниш жойларига трансферлар.

Туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш

Сегмент	Сегмент талаблари	Сегмент билан ишловчи туроператор имкониятларига талаблар
Авто турлар	<ul style="list-style-type: none"> -қизиқарли маршрут; -автотурга юбориладиган гуруҳларнинг географик жойи; -турнинг арзонлиги. 	<ul style="list-style-type: none"> -автотурни ташкил қилиш тажрибаси ва лицензияга эга автоташувчилар билан алоқалар; -гуруҳни оператор ходимлар билан кузатиб бориш зарурияти.
Темирйўл турлари	<ul style="list-style-type: none"> -поезд ҳаракати давомида тўлиқ сервис; тур маршрути ва йўлда хизмат қилиш классси; -жўнатиш, келиш жойлари; -турда кўчиб ўтиришнинг мавжудлиги ва тўхташ жойларининг давомийлиги 	<ul style="list-style-type: none"> -темир йўл чипталарини тарқатиш бўйича шартлашув; -прицеп вагонлари ёки туроператорларни ташкил қилиш имкониятлари; -гуруҳ турларини ташкил қилиш бўйича операторнинг бозор имкониятлари; -гуруҳни оператор ходимлар билан кўрсатиб бориш зарурияти; сафарда туристларнинг дам олишини ташкил қилиш зарурияти

Tur tushunchasi

Guruhli tur



Nisbatan arzon, ko'p sonli turistlar uchun hamyonbop;

Guruhning barcha a'zolari o'rnatilgan tartibga bo'ysunishlari lozim;

Turlarda to'lov guruhdagi a'zolari o'rtasida taqsimlanadi;

Guruhli tur ko'pchilik turistlar orasida yuqori talabgor



Tur tushunchasi

Turistik mahsulotni ishlab chiqish va sotishdagi eng muhim talablar:

Jozibador turistik mahsulotni ishlab chiqish – turoperatorlarning eng muhim va eng birinchi vazifasi;

Turistik tashkilotlar faoliyati mahsulotni ishlab chiqish jarayoni bilan bevosita bog'liq;

Tashkilotning tovar siyosati – turlar assortimenti, xizmat ko'rsatish dasturi va turmahsulot birligi bilan bog'liq qarorlarni qabul qiladi;

Turistik mahsulot yaratishda turist nima sotib oladi? - degan savolga aniq javob berish lozim;

Turist mehmonxonada joylashtirish uchun emas, yangi hissiyotlar va notanish narsalar bilan tanishish, restorandagi bifshteks yoki go'shtli qiyma uchun emas – e'tibor va qo'laylik uchun pul to'laydi;

Turmahsulot yaratish turistning iste'molchilik hususiyati va sifatlarini o'rganishdan, turistlar uchun eng jozibali tomonlarni ochishdan boshlanadi.

Tur tushunchasi

Turistik mahsulotning iste'molchilik hususiyatlari:

1) **Asoslanganlik** (barcha xizmatlarni ta'kid etish turist ehtiyojlariga asoslanganligi, sayohat maqsadi va tegishli sharoitlar bilan moslashgan bo'lishi)

2) **Ishonchlilik** (axborot va ma'lumotlarning ishonchliligi, mahsulot real tarkibining reklamaga muvofiqligi)

3) **Samaradorlik** (turist tomonidan kam harajatlar evaziga ko'proq samaraga erishilish)

4) **Butunlik** (mahsulotning yakunlanganligi, uning turist talabini to'la qondira olish hususiyati)

Tur tushunchasi

Turistik mahsulotning iste'molchilik hususiyatlari:

5) **Aniqlik** (mahsulot iste'moli uning yo'naltirilganligi ham turist uchun ham xizmat ko'rsatuvchi xodim uchun tushunarli bo'lishi lozim)

6) **Qo'llashdagi oddiylik;**

7) **Egiluvchanlik** (mahsulot va xizmat ko'rsatish tizimining iste'molchilar turli tiplariga mos kelishi va xizmat ko'rsatuvchi xodimning o'zgarishiga nisbatan befarqligi)

8) **Nafilik** (mahsulotning bir yoki bir nechta maqsadga erishish uchun xizmat qilishi, masalan, dam olish va o'rganish, turistning u yoki bu ehtiyojlarini qondira bilish qobiliyati)

Tur tushunchasi

Туристтик саёҳатдан қониқиш даражасини ўрганиш сўровнома (анкета) асосида амалга оширилади. Туристтик хизмат устидан назорат турмахсулотни режалаштириш босқичида бошланади.

Турмахсулотда меҳмондўстлик бетакрор хусусияти касб этиб, усиз ҳар қандай энг мукамал турмахсулот ҳам ўз қиёфасини йўқотади.

Туристтик индустриясида меҳмондўстлик - касбий талаб бўлиб, туристларга хизмат қилишдан хурсанд эканлигини билдиради.

Меҳмондўстлик – эътибор, хурмат ва персаналнинг илтифоти ҳисобланади.

Tur tushunchasi

Mehmondo'stlik
serqirra
tushuncha sifatida
bir necha tashkil
etuvchi
omillardan iborat:

Dam olish imkoniyatlari, bilim olish va vaqtichog'lik haqidagi mahalliy va hududiy bozorlari haqidagi sifatli axboroti;

Potentsial iste'molchilarga xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar va turistik hudud to'g'risida ijobiy tasavvur yaratish (reklama, teleko'rsatuvlarda qatnashish va h.k);

Xizmat ko'rsatuvchi personalning turistlarga iltifot ko'rsatishga intilish (Hammasi mijoz uchun shiori bo'yicha xizmat ko'rsatish);

Turistik mahsulotni taqdim etuvchilarning turistlar hajmi va iltimoslariga e'tiborli munosabati (Biz Siz uchun nima qila olamiz? tamoyili bo'yicha);

Xizmatlarni olishda turistning moslashuvini yengillashtirish (turfirma ichki axboroti, turistga tushunarli bo'lgan tilda tayyorlangan bukletlar, sayohatnomalar);

Turistlarga marhamatli munosabatda bo'lish.

Tur tushunchasi

Turni tashkillashtirish texnologiyasida turistlar va xizmat ko'rsatuvchi xodimning o'zaro ta'sir muhiti ham turistlar tomonidan xizmatlar qabul qilinishining psixologik jihatlari ham birdek muhimdir.

Turni tashkillashtirishda turistning shaxsiy qiziqishlari, unga bo'lgan samimiy munosabat doimo birinchi o'ringa qo'yilishi lozim.



Tur tushunchasi

Xalqaro turizm
da turistlarga e'tibor
alomatlari ko'rsatish
amaliyoti:

maqsadidan kelib chiqib, har bir turist uchun qo'tlovchi suvenirlar (Masalan, kasbiy sayohat, ya'ni ish yuzasidan sayohatlarda prospektlar yoki turistlarni qiziqtiruvchi mahsulotlar namunalari, falklor turlarda esa milliy xarakterdagi suvenirlar bo'lishi mumkin);

tur yakunida turistlarga bosib o'tilgan marshrutlar bo'yicha maxsus tayyorlangan diplomlar, yorliqlar, nishonlar taqdim etish;

turistlarga reklama varaqlari, bukletlar, yo'l ko'rsatuvchilar va dam olish maksanlari haqidagi ma'lumotlar tarqatish;

sayohatning ilk kunlarida asosiy va qo'shimcha xizmatlar bo'yicha tushuntirish ishlarini olib borish.

Tur tushunchasi

Xizmat ko'rsatishni tashkil qilishda ozodlik tamoyilini inobatga olish, ya'ni sayohat chog'ida barcha ko'ngilsiz yumushlardan ozod bo'lish.

Masalan, turistlarni transportga biletlar buyurtmasidan, konsert yoki teatrlarga biletlar buyurtmasidan, har qanday turdagi xizmatlarni kutishidan butunlay xolos qilish.



Xizmat ko'rsatishning optimalligi - mehmondo'stlikka aloqador bo'lgan xususiyat

Xizmat ko'rsatishning optimallasuvi:

barcha xizmat turlarining yagona daraja (klass)ga mos kelishi;

barcha xizmatlarning tur mazmuniga mos kelishi;

turning iste'molchilarning ma'lum maqsadli guruhiga yo'naltirilganligi;

xizmat ko'rsatish dasturini oldindan kelishilganligi;

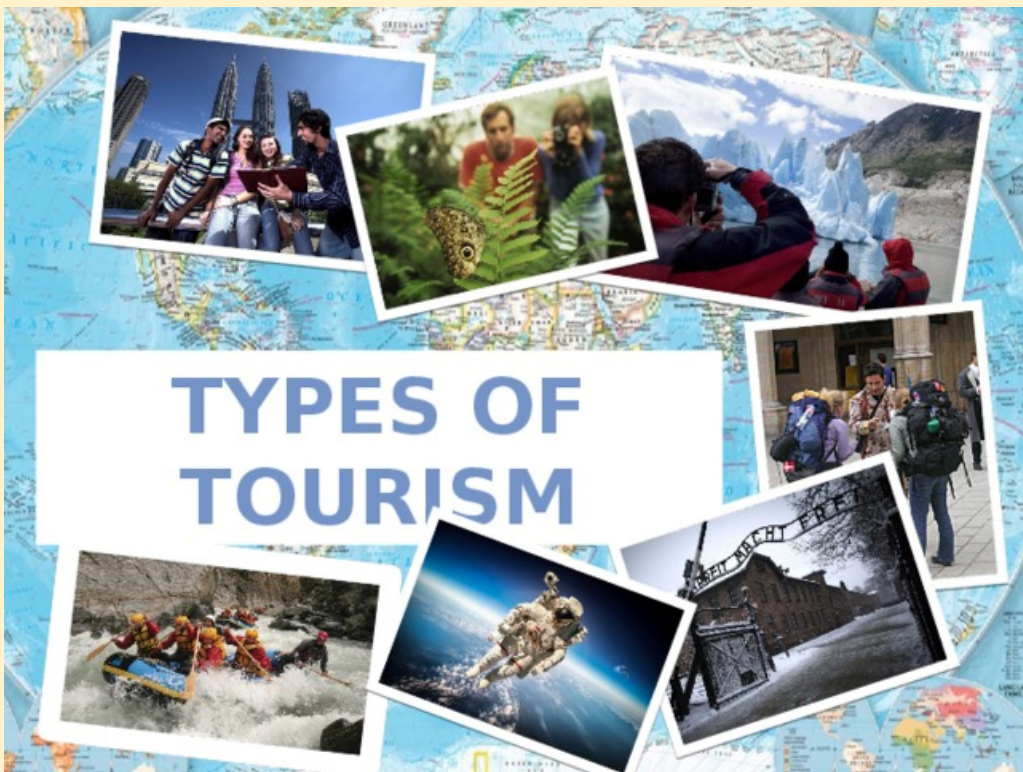
dasturlarning qayishqoqligi (elsatiligi) u yoki bu xizmatlarni almashtirish imkoni mavjudligi;

taqdim etiladigan xizmatlar soni bo'yicha xizmatlarning maqsadga muvofiq tarkibi;

xizmat ko'rsatishda majburiylik alomatlarining yo'qligi.

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari

Tur tiplari:



- 1) Faol dam olish
- 2) Passiv dam olish
- 3) Davolanish
- 4) Tanishuv turizmi
- 5) Xorijda ta'lim olish
- 6) Ziyoratchilik turizmi
- 7) Mavzuli turlar
- 8) Rural turlar
- 9) Intensiv turlar
- 10) Ecoturlar
- 11) Ekstremal turlar
- 12) Jamoaviy dam olish turlari

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari



Faol dam olish:

Sport bilan shug'ulanish

Sarguzashtlar

Yangi hissiyotlar

Fikrdoshlarni qidirish

Passiv dam olish

Ekologik ajoyib joylarga sayohat

Tabiatda orom olish



Davolanish

Komfort sharolitda dam olish

Parxezli ovqatlanish

Organizmni sog'lomlashtirish

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari



Tanishuv turi:

Turli mamlakat va mintaqalarning madaniyati, an'ana va odatlari bilan tanishish;

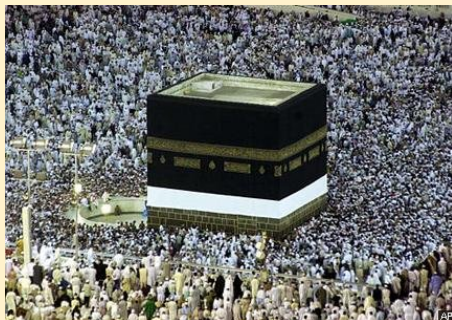
Muzey, teatr, ko'rgazmalarga borish hisobiga dunyoqarashni kengaytirish;

Yangi tanishuvlar



Xorijda ta'lim olish

Sertifikat, diplom, litsenziya olish



Ziyoratchilik turizmi

Ibodot qilish

Rasm-rusumlarda qatnashish

Diniy ziyorat markazlariga borish

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari



Mavzuli
turlar:

Umumiy fikrdosh qidirish

Dunyoqarashni kengaytirish

Tajriba almashish



Rural turlar

Tabiat bilan uyg'unlik

Sog'likni tiklash

Ekologik toza mahsulotlardan foydalanish



Intensiv
turlar

Faol ishchilarni mukofatlash

Ish sifatga bog'liq holda

O'zaro hamkorlikni rivojlantirish

Turistlarning maqsadlariga bog'liq holda turlarning tiplari



Ekoturlar: Tabiat bilan uyg'unlik

Mintaqalardagi flora va fauna bilan tanishish



Eksterimal turlar

Hayot va sog'liq uchun xavfli

Adrenalinni kuchaytirish



Jamoaviy dam olish

«Buyurtmali» dam olish

Yuqori darajadagi komfort va sifatli xizmat ko'rsatish

Ko'p maqsadli turlar (dam olish, sport, ekskursiya va boshqalar)

Turni rejalashtirish

Yangi mo'ljallangan joyga turlarni tashkil etish to'g'risida qaror qilishdan oldin turistik firma marketing tadqiqotlarini o'tkazadi.

Bu orqali iste'molchilarning nimani afzal ko'rishlari va talab-ehtiyojlar aniqlashtiriladi.

Bu esa turistlarnig barcha ehtiyojlarini yanada to'liq qondirishga qaratilgan turpaketlarni shakllantirishga, turlarni rejalashtirish jarayonini to'g'ri yo'naltirishga hamda xizmatlar yetkazib beruvchilari bilan shartnomalar tuzishga yordam beradi.

Turni rejalashtirish

Turlarni rejalashtirish bo'yicha tayyorgarlik ishlari quyidagi yo'nalishlarda amalga oshiriladi:

Yangi tur dasturlarini
ishlab chiqish
bo'yicha

Yangi marshrutlarni
ochish bo'yicha

Turistlarni yangi
xorijiy davlatga ilk
bor jo'natish
bo'yicha

Tayyorgarlik ishlari 2 va undan ortiqroq yil oldin boshlanadi.

Tashabbuskor (initsiativ) turoperatorning yangi yozgi turopereyting dasturi uchun tipik vaqtinchalik shkalasi

Faoliyat turlari	Yillar	Ishlarning aniq turlari
Rejalashtirishning ilmiy-tadqiqot ishlari	1 yil	Marketing tadqiqotlari. Paketli turlarga kelajakda ta'sir qiluvchi iqtisodiy omillarni o'rganish, qabul joyini tanlash va belgilash
Muzokaralarni rejalashtirish	2-yil	Marketingni 2-bosqichi: muqobil mo'ljallangan joylarni har tomonlama taqqoslash, ularni tanlash. Mo'ljallangan joy, otellar, ularni sig'imi, tur, davomiyligi, mavsum boshlanishi, jo'natish vaqti to'g'risida qarorlar qabul qilish. Broshyuralar bukletlarni dizayni va o'lchamlari, nashri, tayyorlash muddati to'g'risida qaror qabul qilish. Broshyura va bukletlarni rasmiylashtirish uchun tanlov e'lon qilish. Charter reyslari to'g'risida avialiniyalar bilan muzokalar olib borish. Transfert, ekskursion operatorlar bo'yicha servis xizmatlari, otellar bilan shartnomalar olib borish

ТУРОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТЛАРИДА ТУРИСТЛАР ХАВФСИЗЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ

Режа:

1. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш
2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари
3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш
4. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари

Таянч сўз ва иборалар:

Хавфсизлик, туризм хавфсизлиги, туристлар хавфсизлиги, экскурсия, туристик тушунчаларни стандартлаштириш, зарарли омиллар.

1. Туристлар хавфсизлиги ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш

Туризм соҳасининг самарали фаолият кўрсатиши ва ривожланишида миллий, халқаро саёҳатчилар ва дам олувчилар ҳамда уларга тегишли мол-мулкнинг хавфсизлиги, туристик хизмат кўрсатиш объектларининг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш муҳим аҳамият касб этади.



1. Туристлар хавфсизлиги ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш

Жаҳон туристик ташкилоти экспертлари туристлар хавфсизлигини таъминлашда таклифлари:



Саёҳатчилар ва дам олувчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш қоидаларини ишлаб чиқиш ва амалга жорий этиш;

Жамоатчиликка ахборот бериш;

Фавқулодда вазиятларда туристларнинг хавфсизлиги билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилишнинг институциявий негизини вужудга келтириш;

Икки томонлама, минтақавий, субминтақавий, минтақалараро ва жаҳон миқёсида халқаро ҳамкорликни жорий этиш.

1. Туристлар хавфсизлиги ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш

Туризм ҳамда туристларни ҳимоя қилиш соҳасида хавфсизлик қоидаларини ишлаб чиқиш ва амалга жорий этишда ташриф буюрувчилар билан қабул қилувчилар манфаатларининг муштараклигини таъминлаш зарур.

Туризм мамлакатга **фоҳишабозлик, қулфурушлик, контрабанда, маданий конфронтация** сингари **салбий ҳодисаларни** олиб кириши мумкин.

Қолаверса ташриф буюрган мамлакатда жиноий унсурларга тўқнаш келган, тиббий ёрдам олиш, давлат органларининг ҳимоясига умид қилиш имкониятига эга бўлмаган турист оғир аҳволда қолиши мумкин.

1. Туристлар хавфсизлиги ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш

Экспертлар қайд этишича, туристлар хавфсизлигини таъминлаш қоидалари нафақат туристик фаолият маъмурияти томонидан балки турли иқтисодий ва ижтимоий тармоқларда ҳам бажарилиши лозим:



соғлиқни сақлаш;

жамоат тартиби (полиция, божхона, чегара хизмати);

молия (солиқ хизмати, банклар);

савдо ва маиший хизмат кўрсатиш;

транспорт хизмат кўрсатиш;

энергетика, коммуникация соҳаси;

атроф муҳитни муҳофаза қилиш;

аҳолини иш билан таъминлаш ва ҳудудни ривожлантириш соҳаларида фаолият кўрсатувчи бошқа маъмурий органлар

1. Туристлар хавфсизлиги ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш

Дунё бўйича ташкил этиладиган барча сафарлар ва ташрифларнинг камида **7/10 қисми (70%) хусусий секторга тўғри келади**. Табиийки, туристлар хавфсизлигини таъминлаш борасидаги эҳтиёт чоралари ушбу секторда ҳам кўрилиши лозим.

Ўзбекистон Республикаси «Туризм тўғрисида»ги Қонунининг 21-моддасида «Туристлик хизматларни сертификатлаштириш уларнинг техник жиҳатдан тартибга солиш соҳасидаги норматив ҳужжатлар талабларига мувофиқлиги нуқтаи назаридан амалга оширилади ҳамда ушбу хизматларнинг хавфсизлиги ва сифатини таъминлашга қаратилади».

1. Туристлар хавфсизлиги ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш

Маълумотларга кўра, туристлар саёҳат қилиш даврида ҳар хил муаммоларга дуч келадилар:

саёҳатнинг муайян шарт-шароитлари;

ташриф мамлакати;

яшаш шарт-шароити;

овқатланиш хусусиятлари;

чет элликларга маҳаллий аҳолининг муносабати;

саёҳат ҳақида олдиндан огоҳлантирилмаганлиги.

Ваҳоланки, турист саёҳатга тааллуқли тўлиқ ва ишончли ахборот олиш, шахсий хавфсизлик, ўз ҳуқуқларининг ҳимоя қилиниши, шунингдек ўз мол-мулкининг асралиши ҳуқуқига эга.

1. Туристлар хавфсизлиги ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш

Мавжуд қонунлар ва қарорларга амал қилмаслик шунингдек, уларнинг номукамаллиги туристик фаолият соҳасида жиддий муаммоларни юзага келтирмоқда.

Айрим тадқиқотларга қараганда, туристларнинг хавфсизлиги билан боғлиқ муаммолар ҳар 10 та ҳолатдан 4 тасида хавфсизлик учун масъул органлар ўз вазифаларини бажармаслиги оқибатида келиб чиқади.

Турист божхона ва чегара назорати қоидаларига, борган мамлакатнинг қонун ҳужжатлари талабларига риоя қилиши шартдир.

1. Туристлар хавфсизлиги ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш

Туристларни террористик актлардан ва умуман жиноий қилмишлардан ҳимоя қилиш, шунингдек туристларнинг истеъмолчи сифатидаги ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, уларнинг соғлиғини сақлаш ва атроф-муҳитни муҳофаза қилишга алоҳида эътибор бериш лозим.

Жаҳон туристик ташкилоти туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш соҳасидаги миллий сиёсатнинг таркибий қисми сифатида, айниқса, туристик фаолият ҳудудида, масалан, эпидемиялар, террористик актларни амалга ошириш хавфи, шунингдек **саёҳатчилар ва уларнинг мол-мулкига қарши жиддий ва кўп сонли жиноятларнинг олдини олишга қаратилган тегишли чора-тадбирларни амалга ошириш масалалари билан шуғулланувчи махсус орган тузишни тавсия этади.**

2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари

Туризмда хавфсизлик чора-тадбирларини ишлаб чиқиш соҳасидаги халқаро тажриба **Жаҳон туристик ташкилоти (ЖТТ)** томонидан тадқиқ қилинади ва умумлаштириб борилади.

Туризм Хартияси ва Турист кодексида (ЖТТ Бош ассамблеясининг IV сессияси 1995 йил), **Туризм бўйича Гаага парламент конференциясида** (1989 йил) саёҳатларнинг хавфсизлигини таъминлаш шартлиги қайд этиб ўтилган.

1994 йилда ЖТТ Ижроия Кенгаши қошида саёҳатларнинг хавфсизлигига жавоб берувчи **Туристтик хизматлар кўрсатиш сифати бўйича Қўмита** ташкил этилди.

ЖТТ “Саёҳатчилар” туристлар ва туристик объектлар хавфсизлиги ҳамда уларни ҳимоя қилиш мавзусида жаҳоннинг 74 мамлакатида тадқиқот ўтказди.

2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари

Туризм бўйича Гаага Декларациясига кўра, туризмнинг нормал фаолият юритиши ва ривожланиш учун миллий ва халқаро саёҳатчилар ҳамда дам олувчилар, шунингдек уларнинг шахсий мулклари хавфсизликка муҳтождир.

Бунга эса қуйидаги йўллар билан эришиш мумкин:

саёҳат ва сайёҳлик жойлари учун хавфсизлик стандартларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

жамоатчиликни хабардор қилиш ва тарбиялаш;

сайёҳлар хавфсизлиги билан боғлиқ масалаларни ҳал қилиш учун институционал асос яратиш, хусусан, экстремал вазиятларда;

икки томонлама, минтақавий, субминтақавий, минтақалараро ва халқаро даражадаги ҳамкорлик ўрнатиш

2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари

Жаҳон мамлакатларининг 71 фоизида туристлар ташриф буюрадиган объектлар махсус туристик полиция ёки хавфсизлик хизмати томонидан кўриқланади. Мамлакатларнинг ярмидан кўпида бундай хизмат давлат полицияси ёки муниципал полициянинг таркибий қисми ҳисобланади.

Жаҳондаги 21% мамлакатда сайёҳлик полиция хизмати мавжуд бўлиб, улар сайёҳларга ўз муаммоларини ҳал қилишда ёрдам кўрсатади. Бундан ташқари, сайёҳлик полицияси мамлакатда маданий ёдгорликларни, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш, гиёҳвандликка қарши курашиш, сайёҳларга ахборот бериш ва маҳаллий этник гуруҳларни ҳимоя қилиш учун ҳам масъулдир.

2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари

Халқаро меҳнат ташкилоти (ХМТ), Жаҳон соғлиқни сақлаш ташкилоти (ЖССТ), БМТнинг “Таълим, фан ва маданият масалалари бўйича” ташкилоти (ЮНЕСКО), Халқаро денгиз ташкилоти, Фуқаро авиацияси халқаро ташкилоти, Атроф-муҳит бўйича БМТ дастури (ЮНЕП), Жиноят полицияси халқаро ташкилоти (Интерпол), БМТнинг “Болалар фонди” (ЮНИСЕФ), Иқтисодий ҳамкорлик ва ривожланиш ташкилоти (ОЭСР), Жаҳон савдо ташкилоти сингари халқаро ва ноҳукумат ташкилотлари туризм масалалари билан бевосита ёки билвосита шуғулланади.

Кўплаб иқтисодий ва молиявий ташкилотлар, жумладан Жаҳон банки, Европа тикланиш ва тараққиёт банки ва бошқалар ҳам туризм муаммолари билан шуғулланади.

Туристлар хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилишнинг айрим функционал норматив-ҳуқуқий жиҳатлари

Туристларга қандай ҳуқуқлар берилиши лозим	Қандай чора-тадбирлар кўрилиши керак	Давлат сектори ҳамда хусусий сектор нима қилиши керак
<p>Туристнинг шахсига ёки мол-мулкига жиддий тажовуз қилиниши муносабати билан энг тез алоқа воситалари ёрдамида ўз оиласига хабар бериш</p>	<p>Турист келган мамлакатда унинг шахсига ёки мол-мулкига жиноий тажовуз қилиниши муносабати билан унинг ҳаётини ва мол-мулкини сақлаб қолиш мақсадида уни ўз мамлакатига тез репатриация қилиш</p>	<p>Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш масалалари бўйича хабардорлик даражасини ошириш учун туризм ходимлари ва жамоатчилик орасида ахборот тарқатиш</p>

Туристлар хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилишнинг айрим функционал норматив-ҳуқуқий жиҳатлари

Туристларга қандай ҳуқуқлар берилиши лозим	Қандай чора-тадбирлар кўрилиши керак	Давлат сектори ҳамда хусусий сектор нима қилиши керак
Миллий ижтимоий суғурта тизими доирасида тез ва мувофиқ тиббий ёрдам олиш	Ўғирланган ва кейинчалик топилган мол-мулкни турист келган мамлакатга қайтариш	Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш учун бевосита ёки билвосита жавобгар бўлган турли касб эгаларини тайёрлашни барча зарур воситалар билан рағбатлантириш

Туристлар хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилишнинг айрим функционал норматив-ҳуқуқий жиҳатлари

Туристларга қандай ҳуқуқлар берилиши лозим	Қандай чора-тадбирлар кўрилиши керак	Давлат сектори ҳамда хусусий сектор нима қилиши керак
<p>Чет элликдан гаров пули киритишни талаб қилмасдан, туристга тажовуз қилган шахсларга қарши миллий судда суд иши, шу жумладан жиноят иши очиш ҳамда юридик ёрдам олиш</p>	<p>Туристларга ёки маҳаллий аҳолига қарши бундай ҳаракатларга бошқа йўл қўймаслик учун ишни судда кўриш</p>	<p>Туристлар ҳаёти ва мол-мулкини кўриқлаш чора-тадбирлари ва механизмларини ишлаб чиқиш, салбий оқибатларга йўл қўймаслик мақсадида саёҳат пайтида содир бўлувчи барча жараёнларни тартибга солиш</p>

Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш соҳасида ҳамкорликни ривожлантириш

ЖТТнинг давлатлардаги сиёсий ва маъмурий тизимлари доирасидаги ваколатли департаментлари

Меҳмонхоналар, туристик агентликлар, авиакомпаниялар ва туризмда хавфсизлик билан боғлиқ масалаларни ҳал қилишдан манфаатдор ташкилотлар ва органлар

Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш соҳасида ҳамкорликни ривожлантириш

Баъзан туристлар эксплуатация зўрлик ишлатиш объектларига айланадилар. Бу муносабат билан мазкур жинойий хатти-ҳаракатларнинг ташкилотчиларига нисбатан қаттиқ чоралар кўриш зарур акс ҳолда мамлакат туристик сафарга чиқиш тавсия этилмайдиган мамлакатлар рўйхатига киритилиши мумкин.

Амалиётда шундай салбий ҳодисалар ҳам учраб турадики, туристик фирмалар маълум шахсларни фоҳишахоналарда ишлаш, норасмий меҳнат фаолияти билан шуғулланиш учун чет элга турист сифатида махсус юборадилар. Ваҳоланки, мазкур соҳалар кўпинча уюшган жиноятчилик таъсири остида бўлади.

2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари

Топ 10 саёҳат учун энг хавфсиз мамлакатлар:

1-ўрин. Швейцария

2-ўрин. Сингапур

3-ўрин. Норвегия

4-ўрин. Люксембург

5-ўрин. Кипр

6-ўрин. Исландия

7-ўрин. Дания

8-ўрин Португалия

9-ўрин. Франция

10-ўрин. Япония

2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари

Туристлар хавфсизлигини таъминлаш соҳасидаги давлатлараро ҳамкорлик, айниқса, табиий офатлар ва техноген ҳалокатлар, йирик авариялар ва эпидемиялар содир бўлганда муҳим аҳамиятга эга.

Шунингдек, туристлар ҳаёти ёки мол-мулкига жиддий тажовуз қилинганда, айниқса, террористик актлар натижасида жабр кўрган ҳолларда қабул қилувчи мамлакат зудлик билан туристлар келган мамлакатга (ёки дипломатик ва консуллик ваколатхоналари орқали) жабр кўрган шахсларнинг соғлиғи ҳамда юқорида зикр этилган ҳодисанинг тафсилотлари тўғрисида барча зарур ахборотни тақдим этиши шарт.

3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш

Ҳозирда аксарият давлатларда туризмда хавфсизлик масалаларини тартибга солувчи қонун ва норматив ҳужжатлар амал қилади.

Мазкур ҳужжатлар давлат органи томонидан стандартлаштирилган бўлиб, бу туроператорларга янада самарали ишлаш ҳамда туристик маҳсулот истеъмолчисига таҳдид солувчи хавф-хатарлар даражасини баҳолаш имконини беради.

Стандартлар туристик корхоналар, идоравий мансублиги ва ташкилий-ҳуқуқий шаклидан қатъий назар туристик хизматлар сифатига қўйиладиган мажбурий ва тавсия этилувчи талабларни белгилайди.

Туристтик хизматлар сифатига қўйиладиган мажбурий талаблар

Туристлар хавфсизлиги, саломатлиги ва мол-мулкининг бутлигини таъминлаш ҳамда атроф-муҳитни муҳофаза қилишга қўйиладиган талаблар:

- Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни;
- “Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги Қонуни;
- “Меҳнат хавфсизлигини ўқитиб ўргатишни ташкил этиш. Умумий қоидалари” давлат стандартлари
- “Туристтик-экскурсия хизматлари кўрсатиш соҳасида стандартлаштириш. Умумий қоидалар.” давлат стандартлари

3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш

Стандартларда туризм соҳасида ишлатиладиган атамалар қўлланилади:

Туристтик хизмат - туристик корхонанинг туристларнинг тегишли эҳтиёжларини қондириш борасидаги фаолияти натижаси.

Экскурсия - туристларнинг маънавий, эстетик ва ахборот эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи туристик хизмат.

Сафар (поход) - маршрут бўйлаб ҳаракатланишнинг фаол усуллари ёрдамида туристларнинг соғломлаштириш ва маърифий эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи туристик хизмат.

Саёҳат - туристлар ҳаётини таъминлашнинг маълум шарт-шароитларида уларнинг соғломлаштириш ва маърифий эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи туристик хизмат

3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш

Туристтик
хизматларнинг
барча турлари
учун мажбурий
талаблар:

туристлар ва экскурсантларнинг ҳаёти ва соғлиғини таъминлаш;

уларга тегишли мол-мулкнинг бутлигини таъминлаш;

атроф муҳитни муҳофаза қилиш.

3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш

Туристтик
хизматлар:

истеъмолчиларнинг ҳаёти, соғлиғи ва мол-мулкининг хавфсиз бўлиши

туристик хизматларнинг хавфсизлиги таъминланиши;

туристик трассаларнинг қулай, экологик шароитларга ва санитария-эпидемиология шароитларига эга бўлган ҳудудларда жойлашиши;

бинолар, транспорт воситалари, ижарага бериладиган анжомларнинг санитария, қурилиш, ёнғин хавфсизлиги нормаларига тўлиқ жавоб бериши;

туристик корхоналарнинг хизмат кўрсатувчи ходимларини давлат стандартлари бўйича туристлар хавфсизлигини таъминлаш қоидалари билиши;

туристик хизматлар кўрсатиш атроф-муҳитга салбий таъсир кўрсатиши (ҳудуднинг ифлосланиш, ўсимлик тўшамасининг топталиши, дарахтлар ва бутазорларнинг ёндирилиши ва ҳ.к)га олиб келмаслиги

3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш

Туристтик-экскурия
хизматлари
кўрсатиш вақтида
инсоннинг ҳаёти ва
соғлиғига хавф
солувчи хатарлар:

хавф-хатар манбалари мавжуд бўлганда;

мазкур манба инсон учун хавфли даражада
намоён бўлган;

инсон хавф-хатар манбаига таъсирчан бўлган
ҳолларда

3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш

Туризмда зарарли омиллар (хавф-хатар)нинг таснифланиши:

жароҳатланиш хавфи;

атроф-муҳитнинг ножўя таъсири;

ёнғин хавфи;

ножўя биологик таъсирлар;

психофизиологик юкланишлар;

нурланиш хавфи;

кимёвий таъсирлар;

кучли чангланиш ва газланиш;

бошқа омиллар;

ўзига хос хавф-хатар омиллари.

TUROPERATORLIK XIZMATLARINI TASHKIL ETISHDA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI

Reja:

1. Turizmda avtomatlashtirilgan axborot tizimlari
2. Turistik tashkilotlarda axborot texnologiyalari
3. Mehmonxonalarda bronlash
4. Mehmonxonani boshqarish kompyuter tizimlari
5. Turizmda internet texnologiyasi

Tayanch so'z va iboralar:

Axborot, axborot texnologiyasi, informatika, ma'lumotlar bazasi, kompyuter tizimlari, bronlashtirish tizimi, internet, turizmda internet.

Туризмда автоматлаштирилган ахборот тизимлари

Туризм индустриясига охириги ўн йилликда илмий-техника тараққиёти улкан таъсир кўрсатди. Бугунги кунда ҳатто «майда» турагентлар ёки туроператорларнинг асосий ва ёрдамчи функцияларини автоматлаштиришда ахборот технологияларидан кенг фойдаланилмоқда.



Туризмда автоматлаштирилган ахборот тизимлари

Бугунги кунда туристик соҳа замонавий ахборот технологияларини жорий этиш учун идеал равишда мос келмоқда. Ахборотлар технологиялари қисқа муддатда транспорт воситалари ва номер фонди имкониятлари ҳақида маълумот берувчи тизим сифатида катта аҳамият касб этмоқда. Резервлар яратиш, тузатишлар киритиш, туристик хизматлар вақтида ёрдамчи вазифаларни ҳал этишни таъминламоқда. Бундай автоматлаштириш воситалари вақтни, ортиқча харажатларни тежамоқда.



Туризмда автоматлаштирилган ахборот тизимлари

Туроператорлик тизими турмаҳсулотларни шакллантириш, истеъмолчиларга сотишни амалга оширишда бир неча турдаги техник-дастур тизимлардан фойдаланиб, уларни **технологик-тополигик асосда** шартли равишда уч классга бўлиш мумкин:

- 1) Бир-бирига уланган ҳисоблаш тармоқларида яратилган тизимлар;
- 2) Бир пунктга мўлжалланган дастур комплексларини ўз ичига олган тизимлар;
- 3) Амалда фойдаланишда бўлган ёки янги ташкил этилган глобал телекоммуникация тармоқларидаги туроператорлик тизимлари.

Туризмда автоматлаштирилган ахборот тизимлари

Туризмда ахборот технологияларини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари:



Туристтик офисларни маҳаллий автоматлаштириш;

Туристтик маҳсулотни шакллантириш, силжитиш ва сотишни автоматлаштириш дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

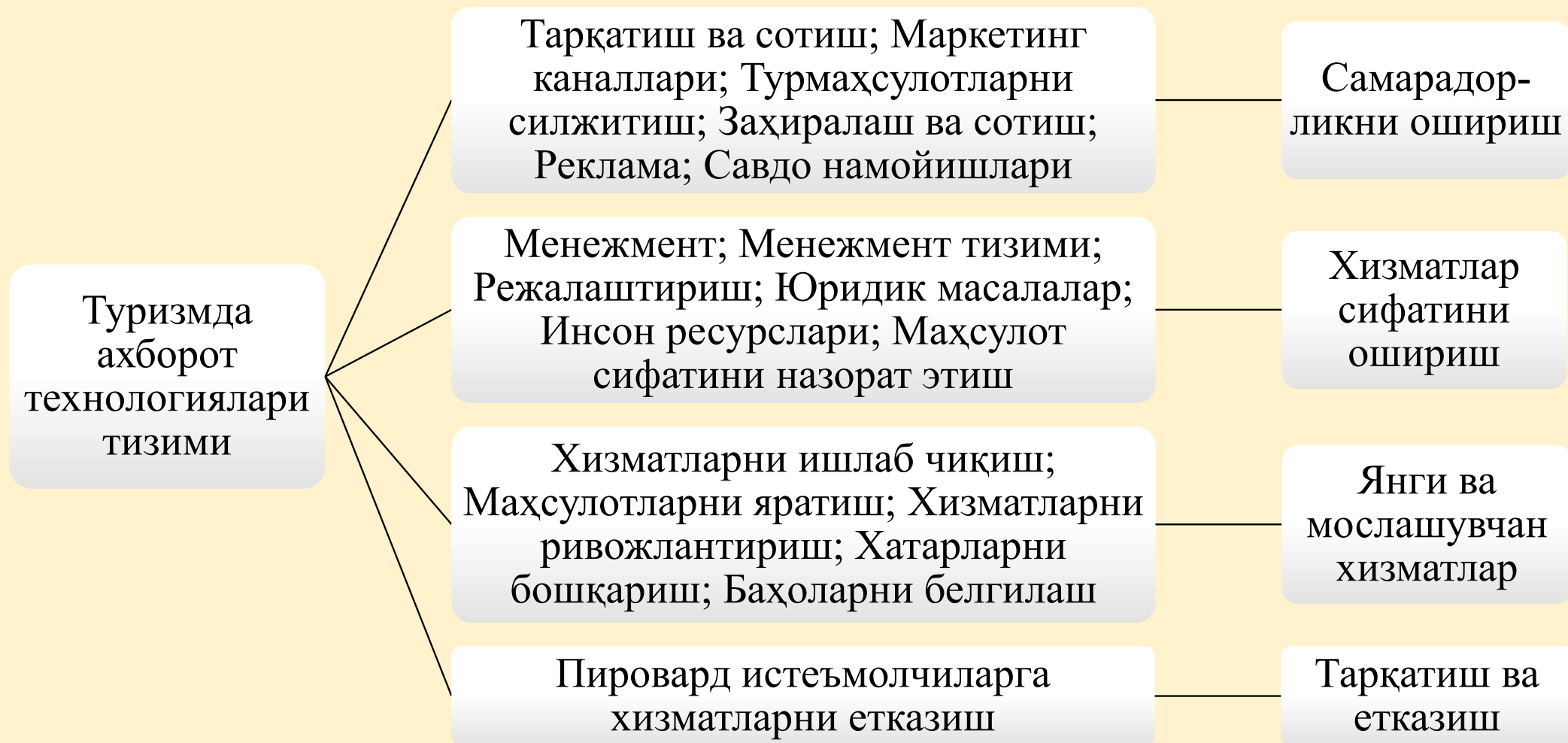
Маълумотлар базасини бошқариш тизимларидан фойдаланиш;

Меҳмонхоналарда жойларни буюртма қилиш ва чипталарни бронлаштиришда телекоммуникация тизимларини жорий этиш;

Мультимедияли маркетинг тизимларини жорий этиш;

Интернет тизимидан фойдаланиш.

Туризмда автоматлаштирилган ахборот тизимлари



Туризмда автоматлаштирилган ахборот тизимлари

Туризмда
ахборотлар
технологияси
тизимининг
аҳамияти

Бронлаштириш ва резервлаштириш тизими

Туризмда вертуал ҳамкорлик

Менежментнинг ахборотлашган тизими

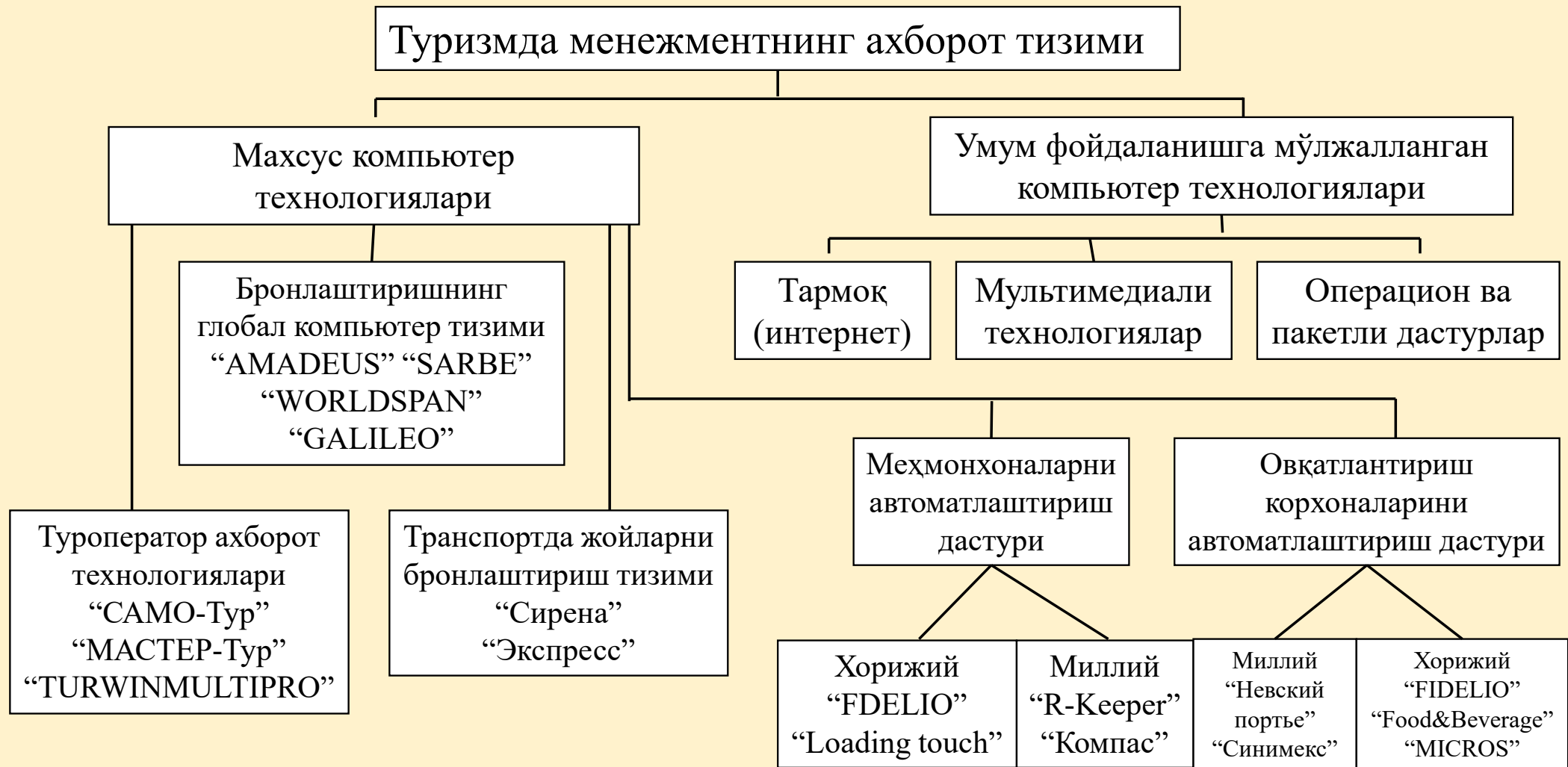
Меҳмонхона мажмуасини бошқариш тизимида
ахборотлар технологияси

Электрон тижорат

Геоахборот тизимлари

Туристтик бизнесни қўллаб-қувватлаш тизими

Туризмда автоматлаштирилган ахборот тизимлари



Туризмда автоматлаштирилган ахборот тизимлари

Турфирмаларда компьютер тизимлари бажарадиган ишларига кўра уч классга бўлиниши:



1) **Мижозлар буюртмалари бажарилишини** амалга оширадиган асосий технологик тизимлар;

2) **Ёрдамчи тизимлар** - турфирма функцияларининг автоматлашган хизмати;

3) **Ҳужжатлар – ҳисоблар**, ваучерлар, билетлар ва йўл кўрсаткичлар, шунингдек бош компьютер ва транспорт тизимлари билан ўзаро ҳисоб-китобларни шакллантиш.

Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш

Бронлаштиришнинг ҳозирги замон компьютер тизими – (**Computer Reservation System - CRS**) XX асрнинг 1950 йиллар охири ва 1960 йиллар бошларида асос солинган.

Ўша пайтдаги авиа ташишлар нуфузи ошиши авиакомпанияларга улкан резервлаштириш марказларини яратиш заруратини туғдирди.

Чунки туристик агентлар, мижозлардан почта, телефон, телеграф орқали жойни бронлашга тушаётган буюртмалар ҳажмининг ғоят катталиги ва ишловчи ходимлар сонининг кўплигига қарамай, резервлаштириш бўйича марказлар ортиб бораётган ахборотлар ҳажми уддалай олмай қолдилар.

Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш

Ахборотлар ишлаб чиқиш ва тақсимлашда, уни узатиш ва кўпайтириш, ишончлигини таъминлаш, шу жумладан саёҳатлар учун маълумотномалар, прайс-варақлар, билетлар, резервлаштириш тўғрисида ахборотлар анча қимматга тушган.

Америка компаниялари “American Airlines” ва “United Airlines” бир-биридан мустақил юқори унумли рақобатбардош резервлаштириш тизимлари яратдилар.

Бу тизимларнинг пайдо бўлиши билан агентлар санокли секундлар ичида резервлаштиришни тасдиқлашни амалга ошириш имконига эга бўлдилар.

Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш

Авиабилетларни резервлаштириш тизими:

Ходимлар сонини қисқартириш;

Таклиф этилаётган хизматлар ҳажмининг кўпайиши;

Хизмат кўрсатиш таннархининг камайиши;

Хизмат кўрсатиш вақтининг тежалиши;

Авиакомпанияларнинг самарали маркетинг стратегиясини амалга оширишни таъминлаш имкони;

Хизматларнинг оптимал нархини белгилаш;

Авиалайнерларни оптимал юкланиши;

Авиа компаниялар даромадларининг ошиши;

Буюртмачини хабардор қилишда қулайликларнинг пайдо бўлиши

Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш

Ўз тараққиёти бошланишида Европа бронлаштириш тизимида афзаллигини кўрсатган «Amadeus» кейинчалик ўзига хос тарзда америка бозорига кириб борди ва бронлаштиришнинг «System one» компьютер тизими билан қуролланиш унга ана шундай имконият эшигини очди.

«Amadeus» тизими Европа ва Жанубий Америкадада сўзсиз етакчи сифатида америка бозорида, шунингдек Африка ва Осиё мамлакатларида мустаҳкам ўринни эгаллади.

Туристлик агентликларнинг кўплаб терминаллари ва авиакомпанияларини авиабилетлар сотиш идоралари «Amadeus» тизимига уланган.

Тизимни бошқарув таркиби штат-квартира Мадрид (Испания), барча ахборотларни қайта ишлаш бўйича технологик маркази Эрдинг (Германия) ва тизим тараққиёти бўйича маркази Францияни ўз ичига олган.

Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш

«Amadeus» ТИЗИМИ

Энг катта тизимлардан бири;

36 млн.дан зиёд саёҳатчилар келмасдан туриб ҳар куни ундан фойдаланадилар;

11 мингга яқин турагентлар уларга сервис тақдим этади;

Ўринларини резервлаштиришдан тортиб, автоматик амалга оширишгача бўлган ҳисоб-китобларини доимий равишда ахборот таблосида кенг акс эттиради;

Турагентлар сўров билан 100 туроператорлардан истаганига муурожаат қила олади;

Турган жойдаги турагентликка келган саёҳатчи хизматларнинг тўлиқ пакетини олиши мумкин;

Авиаучишларни бронлаштириш, меҳмонхона, автомобил прокати каби хизматларнинг киритилганлиги.

Отрасль

- Consolidators & Networks
- Агентства делового туризма
- Гостиничный бизнес
- Корпорации
- Малые и средние турагентства
- Мобильность
- Онлайн-трэвел агентства
- Розничные турагентства
- Туроператоры
- Авиакомпании
- Аэропорты
- Железнодорожные перевозки
- Круизные линии
- Метапоиск и туристические СМИ
- Направления и организации по маркетингу туристических направлений
- Операторы наземного обслуживания
- Страхование путешественников

Бизнес-задача

- Аналитика
- Операции
- Платежи
- Работа с клиентами, гостями и путешественниками
- Туристическая реклама
- Управление бизнесом

Тема

- API
- Incubation
- NDC
- Автоматизируйте с умом. Восстанавливайтесь быстрее.
- Большие данные
- Инновации
- Мобильное устройство
- Облако
- Открытый источник
- Туристическая платформа
- Улучшенные платформы
- Умные города

Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш

«Amadeus» тизимининг бош вазифаси:

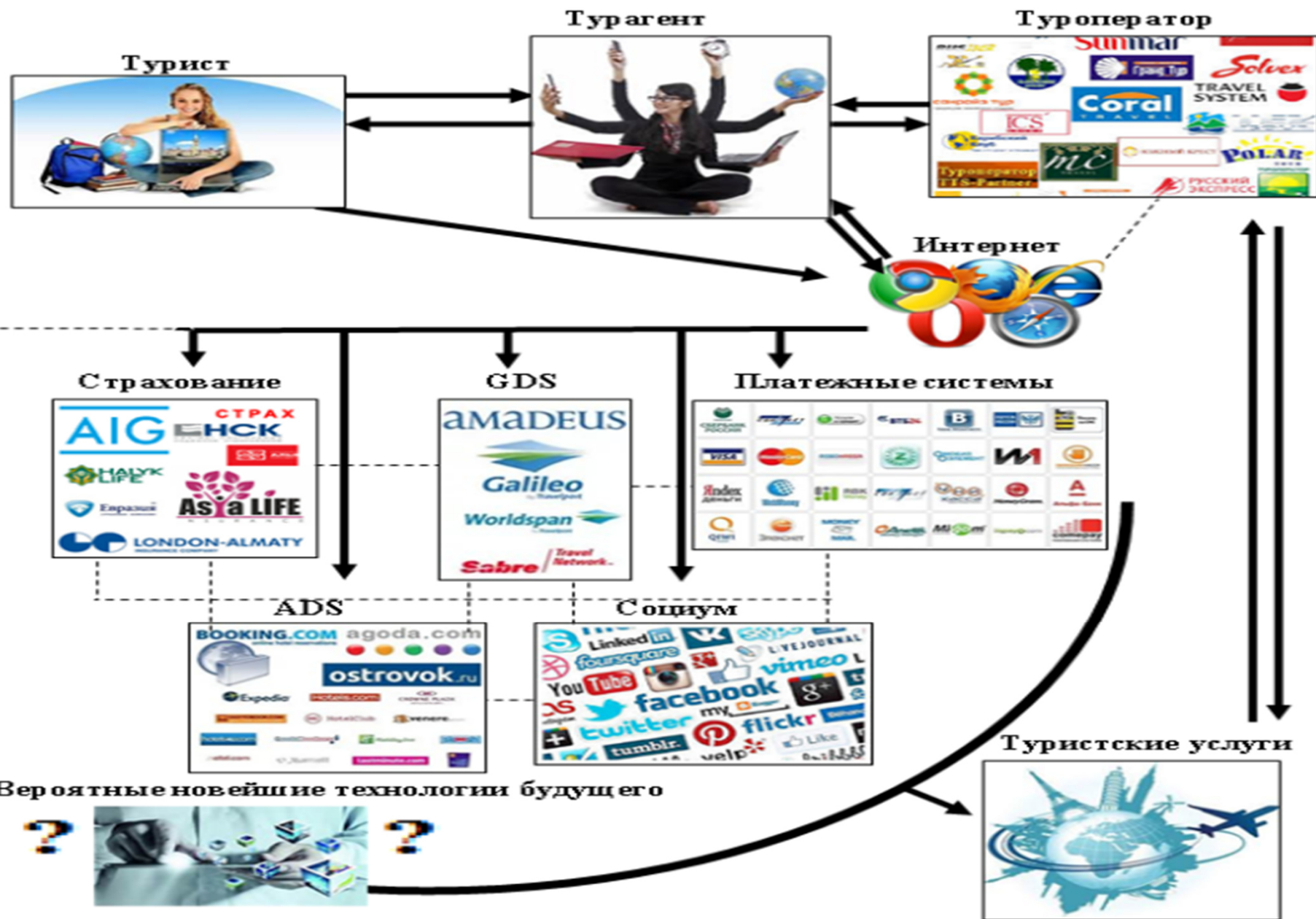
Туристтик хизматлар етказиб берувчиларга авиа, темирўл билетлари, отеллар, автомобил прокати ва бошқа сотишнинг ишончли, самарали хизматларини таклиф этиш;

Абонентга кучли бошқарув ва маркетинг, рақобатбардош ва даромадли усулларни таклиф қилиш;

Маҳаллий ва халқаро етказиб берувчиларга киришга кўмаклашиш, фаолият бошқарувини таъминлаш ва фирма молиявий ишларини юритишда ёрдам бериш;

Авиакомпаниялар ва турагентларга бир вақтнинг ўзида уларнинг идораларидаги тизимлардан фойдаланиш имкониятини тақдим этиш;

Техник алоқа воситалари билан глобал хизмат кўрсатишни таъминлаш ва бошқа тизимлар билан иттифоқини йўлга қўйиш.



Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш

“Galileo” ва “Apollo” системалари

“Galileo” ва “Apollo” системалари базалари дунёдаги барча бронлаштиришнинг 1/3 қисмини амалга оширади;

“Galileo International” да 3 мингга яқин менежерлар, дастурчилар ва операторлар банд;

Маълумотларни ишлаш маркази Денвердан унча узоқ бўлмаган Колородо штатида жойлашган;

Йилнинг 365 куни давомида суткасига 24 соат фаолият кўрсатади;

Ҳар куни 200 млн.дан зиёд хабарларни қайта ишлайди;

Турагентлар сони бўйича етакчи;

Хизматдан жаҳоннинг 107 тадан ортиқ мамлакатлари турагентлари фойдаланади.

Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш

**“Galileo” ва “Apollo”
тизимлари хизматлари:**



Авиакомпаниялар;

Меҳмонхоналар занжири;

Хизмат кўрсатувчи компаниялар;

Автомобилларни прокатга бериш нуқталари;

Меҳмонхоналар;

Туроператорлар;

Кема гуруҳлари (кема саёҳатини бронлаштириш);

Сафарларни бронлаштириш;

Театрларга билетлар сотиш;

Тарифлар ҳақида ахборотлар;

Об-ҳаво маълумотлари, визалар, эмлашлар, кредит карталари ва бошқалар

СХЕМА ПО КОТОРОЙ РАБОТАЮТ СИСТЕМЫ БРОНИРОВАНИЯ:



Туризмда Интернет технологиялар

Интернет технология туризмни ривожлантиришда улкан қизиқиш уйғотади:

ахборотлар ва маҳсулотлар таклифини дунё бўйича нисбатан арзон нархда кўпроқ одамларга етказди;

анъанавий матбуот нашрларига нисбатан анча юқори сифатли ахборотларни тақдим этади;

истеъмолчиларга маҳсулотларни енгилроқ ва оддий усулларга бронлаштиришни таъминлайди;

ишлаб чиқариш ва ахборот тарқатишда катта тежамкорлик беради.

Мавзуни мустаҳкамлаш юзасидан саволлар:

- 1) Ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳиятини тушунтиринг.
- 2) Туризмда ахборот технологиялари аҳамияти.
- 3) Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш қандай амалга оширилади?
- 4) Интернет технологиялари ҳақида тушунча беринг.
- 5) Туризмда Интернет технологияларининг ўрни.

TURISTIK TASHKILOTLARI MIJOZLARIGA XIZMAT KO'RSATISH

Reja:

1. Sotish tarmoqlarini shakllantirish
2. Mahsulotlarni sotish shakllari
3. Turistik mahsulotlarni sotish bo'yicha hamkorlarni tanlash
4. Turistik mahsulotlarni sotish bo'yicha hamkorlarni tanlash hakida ma'lumot berish

Tayanch so'z va iboralar:

Sotish kanali, sotishning ichki kanallari, sotishning tashqi kanallari, xususiy sotishlar byurosi, an'anaviy turmahsulotni sotish, noan'anaviy turmahsulotni sotish, ulgurji turistik firmalar, chakana turistik firmalar.

Туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

Туристик маҳсулотларни воситачи ташкилотлар орқали сотиш тизими **сотиш каналлари** деб аталади.

Сотиш канали – товар ишлаб чиқарувчидан истеъмолчи томон ҳаракатланадиган йўл ҳисобланади. Товар ва хизматлар уни харид қилишни истовчилардан ажратиб турувчи вақт бирлигида жой ва мулкчилик ҳуқуқини узоқ узилишларни бартараф этади.



Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

Сотиш канали (дистрибуция канали) – бу фирма ёки алоҳида шахслар (воситачилар)нинг йиғиндиси бўлиб, конкрет товар ёки хизматларни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчигача узатишда бошқа шахсга ёки ўз зиммасига олишга ёрдам беради. Ишлаб чиқарувчига тижорат фаолиятининг нормал жараёнини таъминлайди.



Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

Халқаро статистика маълумотларига кўра, туристик маҳсулотларнинг 80% дан ортиқ қисми кичик агентликлар томонидан сотилади.

Туризм ривожланган мамлакатлар тажрибасига кўра, ҳар 10000 нафар кишига бир туристик агентлик тўғри келиши оптимал деб белгиланган.



Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

Туристтик хизматлар таъминотчилари (транспорт компаниялари, жойлаштириш корхоналари, овқатлантириш корхоналари, сервис, маданий ташкилотлар, музейлар, спорт муассасалари ва бошқалар)

Туроператор

Турагентлик

Турагент

Туристтик хизматларнинг истеъмолчилари (туристлар)

0 даражали

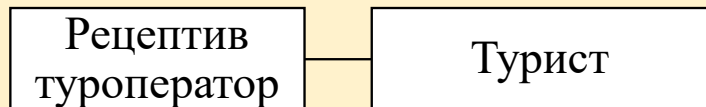
1 даражали

2 даражали

3 даражали

Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

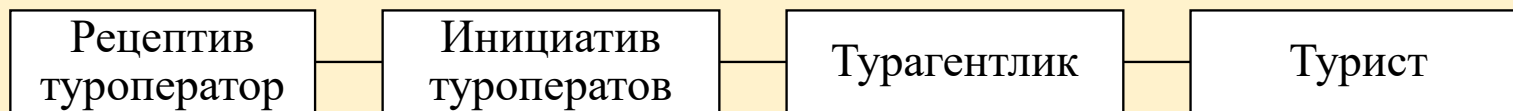
А схема



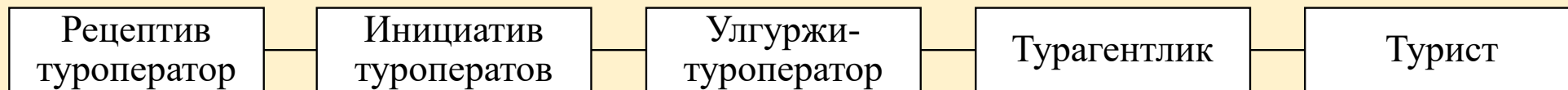
Б схема



В схема



Г схема

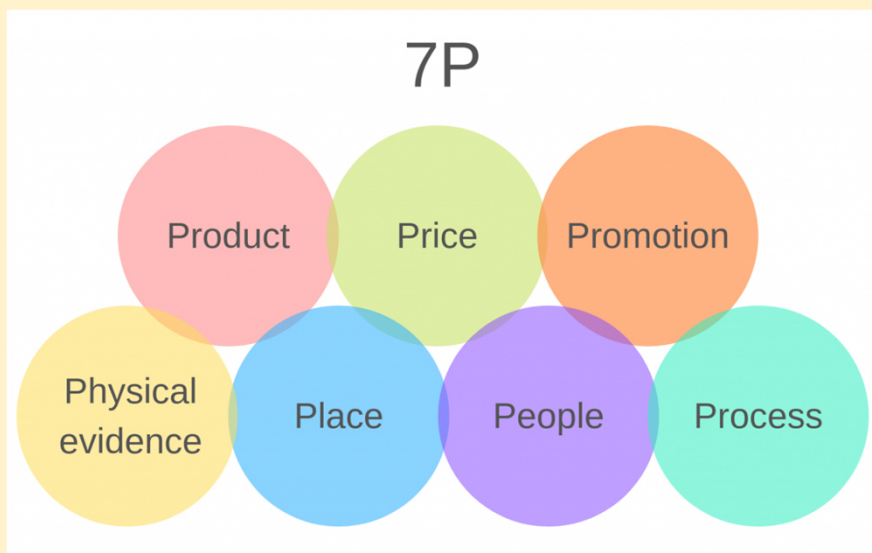


Д схема



Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

Сотишнинг ҳар қандай шакли ва кўринишида инглиз алфавитининг «P» ҳарфи билан бошланадиган етти маркетинг тадбирлари кетма-кетлиги:



1) Маҳсулот (Product)

2) Режалаштириш (Planning)

3) Жой (Place)

4) Одамлар (People)

5) Нархлар (Prices)

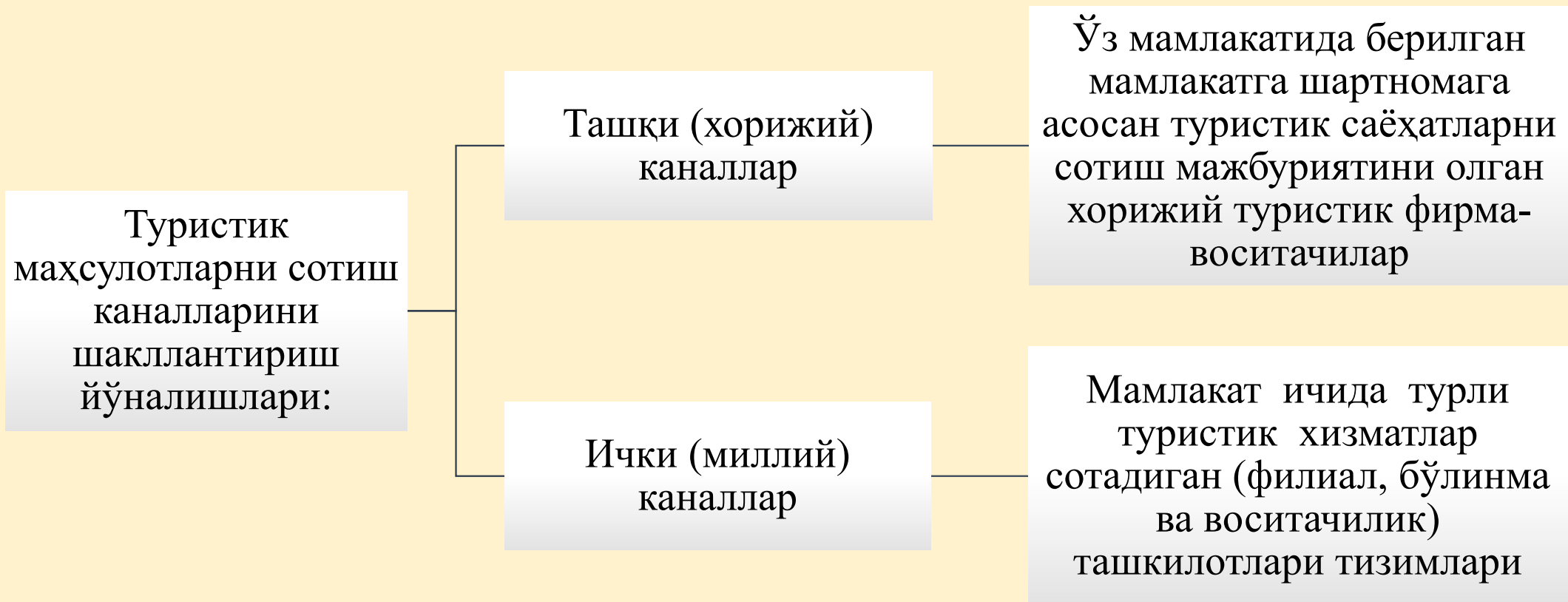
6) Силжитиш (Promotion)

7) Жараён (Process)

Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш



Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш



Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

Туроператорлик фирмаларининг амалий фаолиятларида турмахсулотларни сотиш йўллари:

Хусусий сотишлар бюросини ташкил этиш (савдо нуқталари);

Воситачи турагентлик тармоқларини ташкил этиш;

Йирик ташкилот ва корхоналар билан алоқа ўрнатиш;

Махсуслаштирилган магазинлардан фойдаланиш;

Почта орқали турларни сотиш.

Турмахсулотларни сотишни ташкил қилишнинг икки шакли:

Хусусий сотишлар бюросини ташкил этиш;

Контрагентлик тармоқларидан фойдаланиш;

Турмахсулотларни сотиш каналларининг комбинациялашган шакли

Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

Хусусий сотишлар бюроси - бу туроператорлик фирмасининг ўзига тегишли бўлган турларни сотиб олувчилар билан бевосита иш олиб борадиган савдо нуқталаридир.

Хусусий сотишлар бюроси:

Харидорларга сотувда мавжуд турлар ҳақида маълумот берилади;

Брон қилиш учун талабномалар қабул қилинади;

Сотиш шартномалари тузилади;

Тўловлар қабул қилинади;

Хорижий визаларни расмийлаштириш учун паспортлар қабул қилинади;

Туристтик ҳужжатлар расмийлаштирилади ва берилади;

Шикоятлар кўриб чиқилади ва ҳоказо.

Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

**Савдо
нуқталари:**

Шаҳарнинг гавжум жойларида;

Мижозлар учун қулай, одатда, биринчи қаватда жойлашган;

Кўча томондан фирма номи туширилган чироқли;

Тез кўзга ташланадиган тештахта (вывеска) ўрнатилган;

Йўловчилар диққатини ўзига жалб қиладиган, фирманинг турли реклама материаллари билан безатилган кўча витринаси;

Реклама роликларини кўрсатувчи мониторлар.

Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

**Туроператорлар
сотиш
бюроларининг
асосий ишлаб
чиқариш
вазифалари:**

1) Ахборот-маълумот стендлари, оғзаки хабарлар, ёзма маълумотлар ёрдамида ташриф буюрувчиларга маълумот етказиш;

2) Хорижга туристик саёҳатлар билан боғлиқ бошқа исталган маълумотларни бериш;

3) Истеъмолчилардан турфирма томонидан ўрнатилган шаклда турни брон қилиш талабномаларини қабул қилиш;

4) Брон қилиш учун талабнома берган истеъмолчилардан хорижий визаларни расмийлаштириш учун паспортларни қабул қилиш, уларнинг амал қилиш муддатларини текшириш;

5) Мижозларни турни сотиб олиш ва сотиш шартлари, шунингдек «Хорижга туристик сафарлар умумий шартлари» билан таништириш;

Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

**Туроператорлар
сотиш
бюроларининг
асосий ишлаб
чиқариш
вазифалари:**

6) Белгиланган муддатларда мижоздан турнинг аванс ёки тўлиқ қиймати тўловини қабул қилиш;

7) Туристтик сафар мобайнида унинг суғуртаси масаласини келишиб олиш;

8) Мижозга хориж визаси қўйилган паспорт ва зарур туристик ҳужжатларни бериш;

9) Сафар хусусиятлари ҳақидаги эслатма берилган ҳолда саёҳат тафсилотлари ҳақида хабардор қилиш;

10) Сотилган турда кутиладиган ўзгаришлар ҳақида мижозга тезда етказилиши ва бу масалани у билан келишиб олиш;

Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

**Туроператорлар
сотиш
бюроларининг
асосий ишлаб
чиқариш
вазифалари:**

11) Мижоз томонидан бўладиган ўзгаришлар ҳақидаги аризасини қабул қилиш ва тегишли чора-тадбирларни қабул қилиш;

12) Туристлар учун уларнинг талабномалари асосида қўшимча ҳақ тўлаш эвазига автотранспортга буюртма бериш;

13) Бошқа шаҳарлик туристлар учун хориж чиқиш пунктида меҳмонхона брон қилишда ёрдам кўрсатиш;

14) Мижозлардан шикоятлар қабул қилиш.

Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш

Характери
бўйича
туристик
фирмалар

Чакана туристик фирмалар

(мижозлар билан
тўғридан-тўғри алоқалар
ўрнатиш)

Унча сезиларли бўлмаган капитал
ва чекланган бозорга эга бўлган
воситачи ташкилотлар

Улгуржи туристик фирмалар

(қайта сотиш мақсадида
хизматларни сотиб олиш
билан боғлиқ ҳар қандай
фаолиятларни амалга
ошириш)

Стандарт (ёки серияли) инклюзив
ёки пекидж турларни сотиш
бўйича йирик масштабли
операциялар ўтказадиган йирик
туроператорлар

TURISTIK MAHSULOTLARNI REKLAMA QILISH

Reja:

1. Turizmda reklamaning ahamiyati
2. Reklama-axborot faoliyatining yo'nalishlari
3. Turistik agentlik reklamasi
4. Operatorlik xizmatlarida reklamaning o'rni

Tayanch so'z va iboralar:

Reklama, turizmda reklama, turfirma reklamasi, reklama vositalari, reklama tashuvchilari, reklama nashrlari, turmahsulot reklamasi.

Туризмда рекламанинг аҳамияти

Реклама - бевосита ёки билвосита фойда (даромад) олиш мақсадида юридик ёки жисмоний шахслар, маҳсулот, шу жумладан товар белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ва технологиялар тўғрисида ҳар қандай шаклда ва ҳар қандай воситалар ёрдамида қонун ҳужжатларига мувофиқ тарқатиладиган махсус ахборот.

Реклама – бу турмаҳсулот ва истеъмолчи орасидаги билвосита алоқа шаклидир.

Реклама мақсади – диққатни жалб этиш, қизиқиш уйғотиш, истеъмолчиларга маълумот етказиш ва уни маълум тартибда ҳаракат қилишга мажбур қилиш ҳисобланади.

Туризмда рекламанинг аҳамияти

Реклама берувчи - рекламани тайёрлаш ва (ёки) тарқатиш учун унга буюртмачи бўлган шахс;

Реклама тайёрловчи — реклама тайёрлашни тўлиқ ёки қисман амалга оширувчи шахс;

Реклама тарқатувчи — реклама воситалари орқали реклама тарқатишни амалга оширувчи шахс;

Рекламадан фойдаланувчи — реклама йўналтирилган шахс ёки шахслар гуруҳи;

Реклама воситалари — рекламани ундан фойдаланувчига етказиш учун ишлатиладиган воситалар;

Туризмда рекламанинг аҳамияти

Реклама (туристик реклама) - ихчам, бадиий ифодаланган шаклда, ҳиссий рангли тақдим этиладиган ва потенциал истеъмолчилар онгига туристик маҳсулотлар ва туристик корхоналар ҳақидаги энг муҳим маълумот ва далилларни келтирадиган ахборотни олиб киради.



Туризмда рекламанинг аҳамияти

Туризмда рекламанинг ажралиб турадиган томони унинг маҳсулоти хусусияти билан аниқланади ва қуйидагича мазмун касб этади:

туристик реклама олға сурилаётган ахборотларнинг тўғрилиги ва аниқлиги учун катта масъулият касб этиши;

анъанавий маҳсулотлардан фарқли равишда доимий сифат, таъм, фойдалиликка эга бўлмаган хизматлар рекламаси, маълумот етказиш ва тарғибот каби вазифаларнинг ривожланишига муҳтожлиги;

туристик хизматлар хусусиятларига мувофиқ туристлар қизиқадиган объектларни нисбатан тўлароқ акс эттирадиган кўрсатма ва воситаларидан фойдаланиш зарурияти;

реклама туризмнинг доимий йўлдоши бўлиб, у нафақат саёҳатгача, балки саёҳат даври ва ундан кейин ҳам хизмат қилиши.

Туризмда рекламанинг аҳамияти



Туризмда рекламанинг аҳамияти

Туризмда рекламани тартибга солувчи қонунчилик ҳужжатлари

Ўзбекистон Республикасининг «Реклама тўғрисида»ги Қонуни (рекламани ишлаб чиқиш, жойлаштириш ва тарқатиш жараёнида юзага келадиган муносабатларни тартибга солиш)

Ўзбекистон Республикасининг Жиноят кодекси («Ёлғон реклама» - ғаразли мақсадларда ёлғон маъумотлардан фойдаланиш, истеъмолчиларга зарар етказиш)

Ўзбекистон Республикасининг «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги Қонуни (рўйхата олинмаган рекламани тарқатиш)

Ўзбекистон Республикасининг «Маҳсулотлар ва хизматлар сертификацияси тўғрисида»ги Қонуни (мувофиқлик сертификатага эга бўлмаган маҳсулотларни реклама қилиш тақиқланган)

Туризмда рекламанинг аҳамияти

Оммавий ахборот
воситалари орқали
реклама

Матбуот
рекламаси

Реклама
эълонлари,
мурожаатлар,
мақолалар

Кинореклама

Реклама
роликлари;
видеоэкспресс
маълумотлар

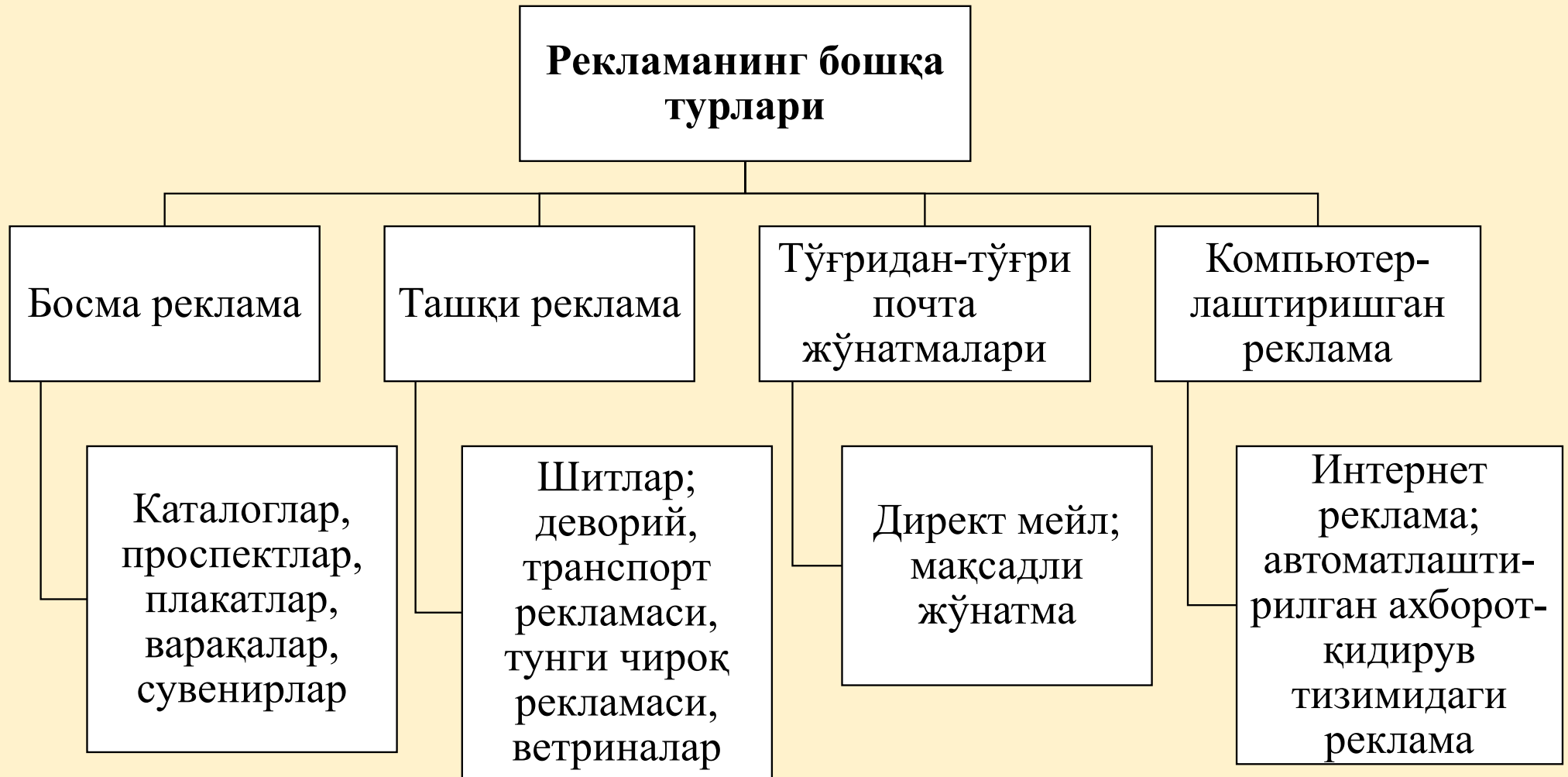
Радиореклама

Реклама
эълонлари;
радио
журналлар,
репортажлар

Телереклама

Телехабар;
телекўрсатувлар

Туризмда рекламанинг аҳамияти



Қандай турдаги рекламаларга кўпроқ эътибор қаратилиши

Восприятие разных видов рекламы, %



Туризмда рекламанинг аҳамияти

Туристтик маҳсулот рекламасининг мураккаблиги, уни бир вақтнинг ўзида турли жиҳатларни акс эттириши лозимлиги:

- талабнинг бозор сегментлари бўйича таклифларнинг турли-туманлиги (масалан, ёш болалардан бошлаб, ўрта синф вакилларига қадар ва ВИП туристлар);

- саёҳат ва сафарлар жойларининг фарқлари (масалан, анъанавий йўналишлар – Туркия, Кипр, Италия, Испания, Марокко, Бали, Кения ва ҳоказо каби янги йўналишлар);

- туризмнинг турли кўринишлари (спорт, тарихий, соғломлаштириш ва бошқалар)

Туризмда рекламанинг аҳамияти

Рекламанинг асосий принциплари:

- реклама қисқа бўлиши (акс ҳолда у охирига қабул қилинмайди);

- реклама мижозларга тушунарли бўлиши (хотирада имкон қадар қўпроқ сақланиб қолиши зарур);

- реклама ахбороти макети ва матнини тузишда асосий маълумотни ажратиб олиш (рекламанинг боши ва охиридаги ахборотларга асосий эътиборни қаратиш);

- маълумотлар одатий тушунчаларга, ишончлар, фикрларга зид бўлмаса, енгил қабул қилиниши ва яхши эслаб қолиниши лозим;

- жамият ҳаётининг асосий тенденциялари руҳиятини ҳисобга олиш (мижозларга нима ёқишини билиш).

Туризмда рекламанинг аҳамияти

**Туристтик фирмадаги
реклама бўйича
тактик қарорлар ўз
ичига 3 блок
саволларини олади:**

реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни
танлаш;

реклама эълонларига тўловлар ва харажатларни назорат
қилиш;

реклама мурожаатномаларининг чиқиш графиги.

Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш

**Туризм рекламаси
бўйича фойдаланиш
воситалари:**

Матбуот;

Телевидение;

Радио;

Видеороликлар;

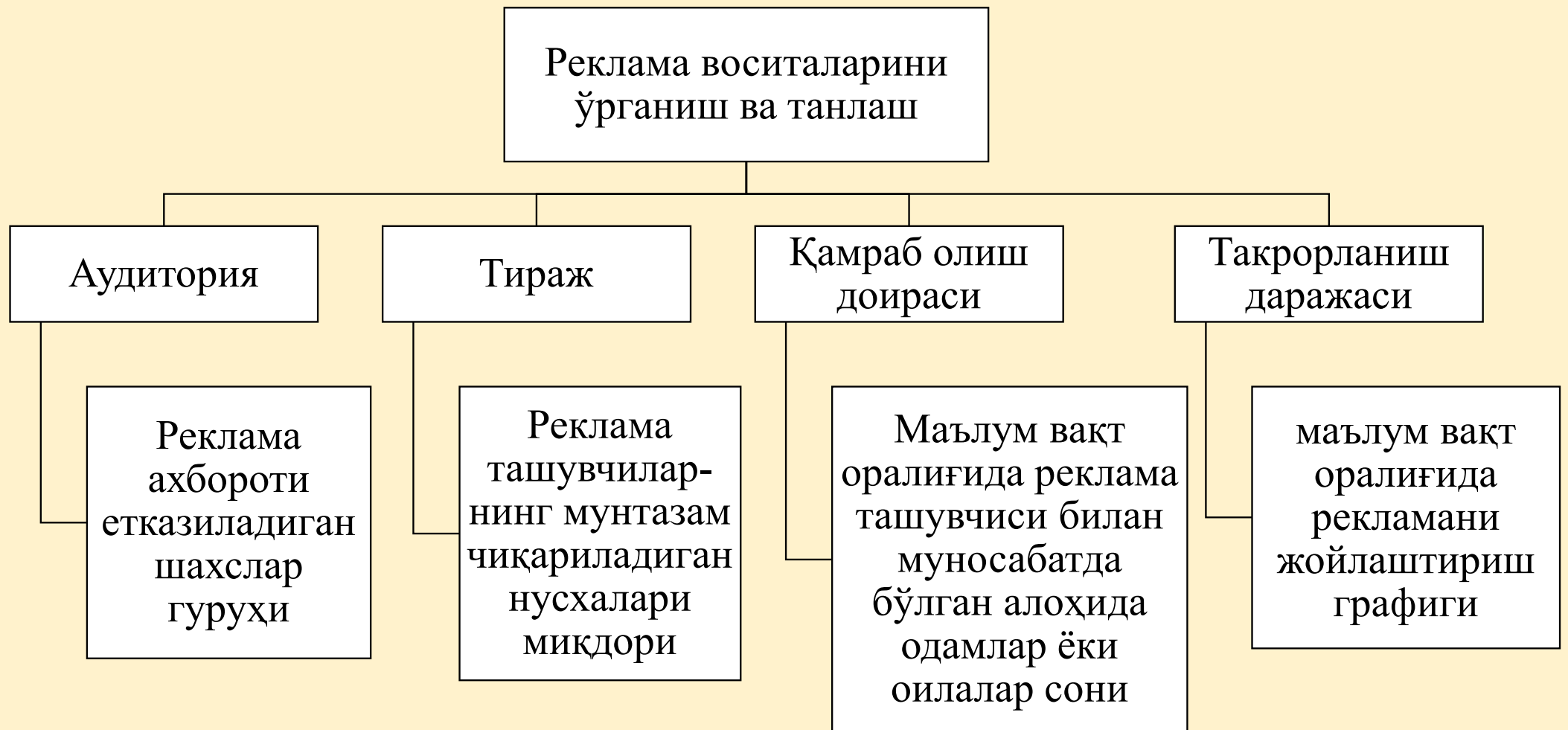
Почта жўнатмалари;

Транспорт;

Сотиш жойларидаги реклама доскаси

Ташқи ва сувенир рекламалари

Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш



Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш

Реклама компанияси учун тўловларни амалга ошириш учун туристик фирмада қуйидаги кўрсаткичларни бирлаштириб турадиган харажатлар сметаси тузилади:

реклама ассигнованиялари суммаси;

реклама тадбирлари ҳажми;

реклама воситалари ёки реклама ташувчиларда нашр қилиш учун тариф ставкалари ёки нархлар

Нашрлар
графи

оммавий ахборот воситаларида реклама эълонларининг чиқарилиш саналарини ва муддатларини кўзда тутди.

Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш

Рекламага қилинган харажатлар реклама ташувчилари билан, сотилган турлар бўйича тушумлар солиштирилади ва шу асосда нисбатан самарали реклама воситалари аниқланади.

Самарали
реклама
воситалари



Рекламага
қилинган
харажатлар



Сотилган
турлар бўйича
тушумлар

Мавзуни мустаҳкамлаш юзасидан саволлар

1. Туроператор маҳсулотини сотиш (ҳаракатлантириш) тизимига нималар киради?
2. Реклама нима, унинг мақсадлари нималардан иборат?
3. Турмаҳсулот рекламасининг мураккаблиги нимада?
4. Реклама қандай асосий принципларига таянади?
5. Реклама фаолиятининг меъёрий-ҳуқуқий асосини қандай норматив ҳужжатлар ташкил этади?
6. Туроператор турларни сотиш бўйича ўз каталоглари, рекламаси ва эълонларидаги маълумотлар тўғрилиги учун жавобгарлик қандай норматив ҳужжатлар асосида тартибга солинади?

TURISTIK MAHSULOTLARNI REKLAMA QILISH

Reja:

1. Turizmda reklamaning ahamiyati
2. Reklama-axborot faoliyatining yo'nalishlari
3. Turistik agentlik reklamasi
4. Operatorlik xizmatlarida reklamaning o'rni

Tayanch so'z va iboralar:

Reklama, turizmda reklama, turfirma reklamasi, reklama vositalari, reklama tashuvchilari, reklama nashrlari, turmahsulot reklamasi.

Туризмда рекламанинг аҳамияти

Реклама - бевосита ёки билвосита фойда (даромад) олиш мақсадида юридик ёки жисмоний шахслар, маҳсулот, шу жумладан товар белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ва технологиялар тўғрисида ҳар қандай шаклда ва ҳар қандай воситалар ёрдамида қонун ҳужжатларига мувофиқ тарқатиладиган махсус ахборот.

Реклама – бу турмаҳсулот ва истеъмолчи орасидаги билвосита алоқа шаклидир.

Реклама мақсади – диққатни жалб этиш, қизиқиш уйғотиш, истеъмолчиларга маълумот етказиш ва уни маълум тартибда ҳаракат қилишга мажбур қилиш ҳисобланади.

Туризмда рекламанинг аҳамияти

Реклама берувчи - рекламани тайёрлаш ва (ёки) тарқатиш учун унга буюртмачи бўлган шахс;

Реклама тайёрловчи — реклама тайёрлашни тўлиқ ёки қисман амалга оширувчи шахс;

Реклама тарқатувчи — реклама воситалари орқали реклама тарқатишни амалга оширувчи шахс;

Рекламадан фойдаланувчи — реклама йўналтирилган шахс ёки шахслар гуруҳи;

Реклама воситалари — рекламани ундан фойдаланувчига етказиш учун ишлатиладиган воситалар;

Туризмда рекламанинг аҳамияти

Реклама (туристик реклама) - ихчам, бадиий ифодаланган шаклда, ҳиссий рангли тақдим этиладиган ва потенциал истеъмолчилар онгига туристик маҳсулотлар ва туристик корхоналар ҳақидаги энг муҳим маълумот ва далилларни келтирадиган ахборотни олиб киради.



Туризмда рекламанинг аҳамияти

Туризмда рекламанинг ажралиб турадиган томони унинг маҳсулоти хусусияти билан аниқланади ва қуйидагича мазмун касб этади:

туристик реклама олға сурилаётган ахборотларнинг тўғрилиги ва аниқлиги учун катта масъулият касб этиши;

анъанавий маҳсулотлардан фарқли равишда доимий сифат, таъм, фойдалиликка эга бўлмаган хизматлар рекламаси, маълумот етказиш ва тарғибот каби вазифаларнинг ривожланишига муҳтожлиги;

туристик хизматлар хусусиятларига мувофиқ туристлар қизиқадиган объектларни нисбатан тўлароқ акс эттирадиган кўрсатма ва воситаларидан фойдаланиш зарурияти;

реклама туризмнинг доимий йўлдоши бўлиб, у нафақат саёҳатгача, балки саёҳат даври ва ундан кейин ҳам хизмат қилиши.

Туризмда рекламанинг аҳамияти



Туризмда рекламанинг аҳамияти

Туризмда рекламани тартибга солувчи қонунчилик ҳужжатлари

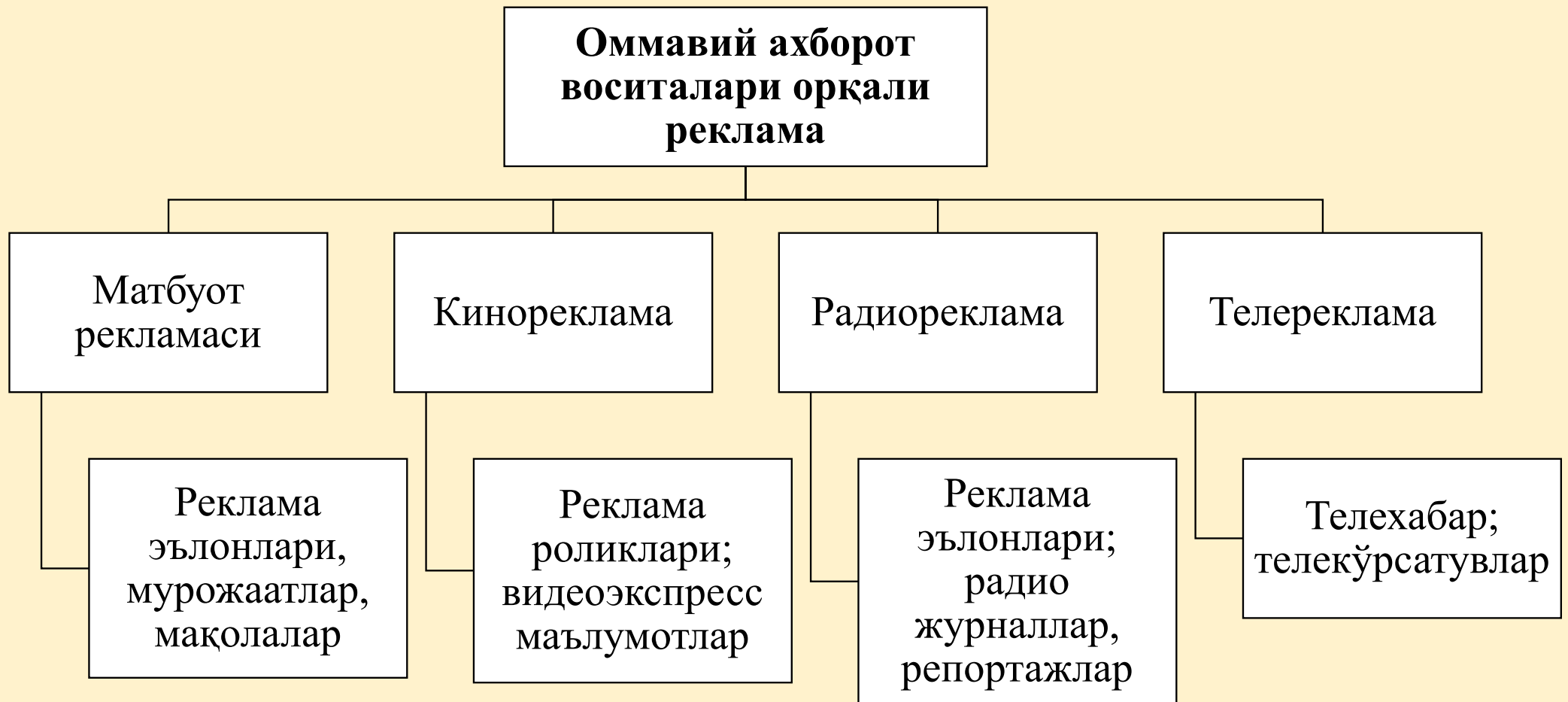
Ўзбекистон Республикасининг «Реклама тўғрисида»ги Қонуни (рекламани ишлаб чиқиш, жойлаштириш ва тарқатиш жараёнида юзага келадиган муносабатларни тартибга солиш)

Ўзбекистон Республикасининг Жиноят кодекси («Ёлғон реклама» - ғаразли мақсадларда ёлғон маъумотлардан фойдаланиш, истеъмолчиларга зарар етказиш)

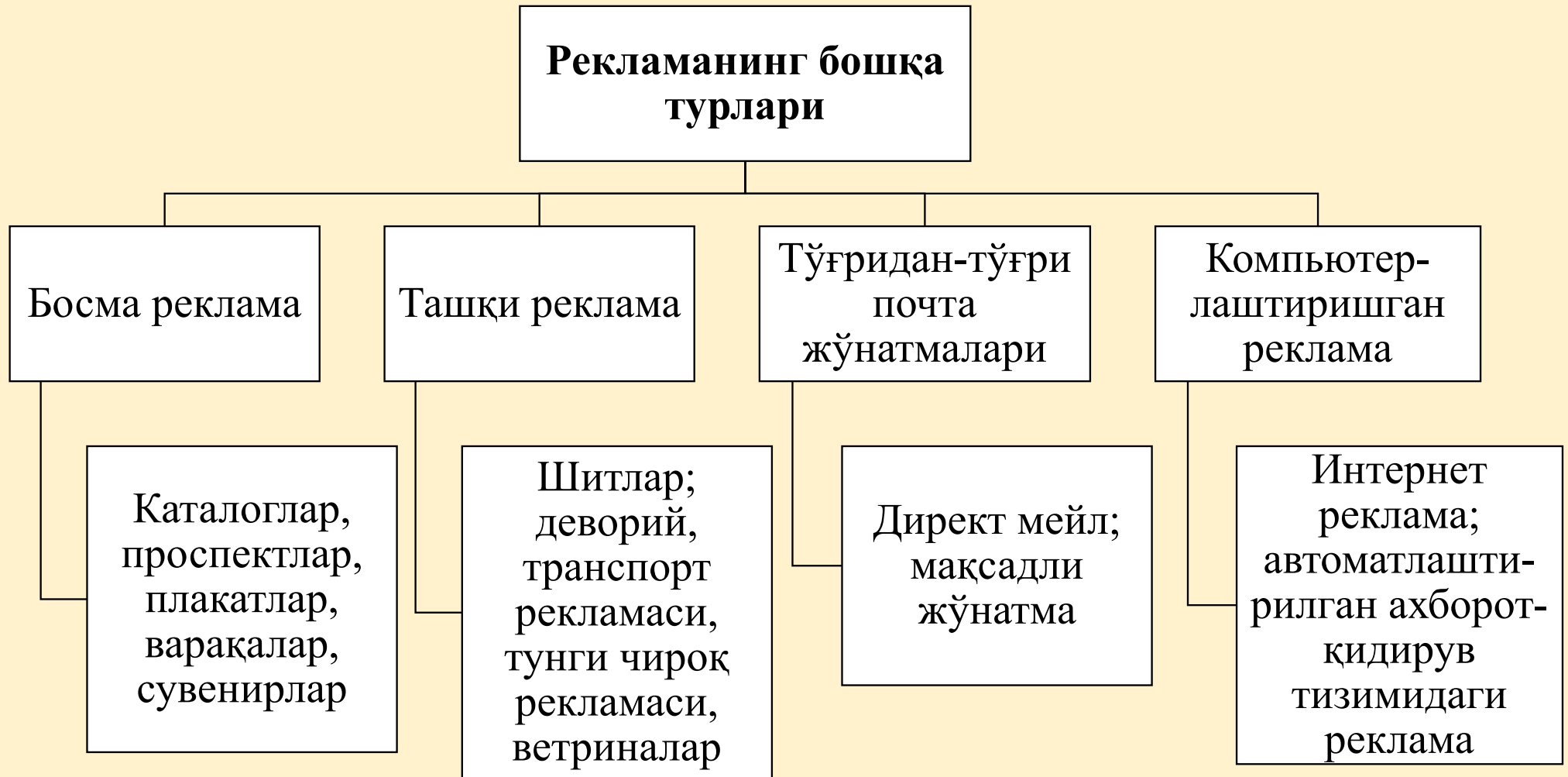
Ўзбекистон Республикасининг «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги Қонуни (рўйхата олинмаган рекламани тарқатиш)

Ўзбекистон Республикасининг «Маҳсулотлар ва хизматлар сертификацияси тўғрисида»ги Қонуни (мувофиқлик сертификатага эга бўлмаган маҳсулотларни реклама қилиш тақиқланган)

Туризмда рекламанинг аҳамияти



Туризмда рекламанинг аҳамияти



Қандай турдаги рекламаларга кўпроқ эътибор қаратилиши

Восприятие разных видов рекламы, %



Туризмда рекламанинг аҳамияти

Туристтик маҳсулот рекламасининг мураккаблиги, уни бир вақтнинг ўзида турли жиҳатларни акс эттириши лозимлиги:

- талабнинг бозор сегментлари бўйича таклифларнинг турли-туманлиги (масалан, ёш болалардан бошлаб, ўрта синф вакилларига қадар ва ВИП туристлар);

- саёҳат ва сафарлар жойларининг фарқлари (масалан, анъанавий йўналишлар – Туркия, Кипр, Италия, Испания, Марокко, Бали, Кения ва ҳоказо каби янги йўналишлар);

- туризмнинг турли кўринишлари (спорт, тарихий, соғломлаштириш ва бошқалар)

Туризмда рекламанинг аҳамияти

Рекламанинг асосий принциплари:

- реклама қисқа бўлиши (акс ҳолда у охирига қабул қилинмайди);

- реклама мижозларга тушунарли бўлиши (хотирада имкон қадар қўпроқ сақланиб қолиши зарур);

- реклама ахбороти макети ва матнини тузишда асосий маълумотни ажратиб олиш (рекламанинг боши ва охиридаги ахборотларга асосий эътиборни қаратиш);

- маълумотлар одатий тушунчаларга, ишончлар, фикрларга зид бўлмаса, енгил қабул қилиниши ва яхши эслаб қолиниши лозим;

- жамият ҳаётининг асосий тенденциялари руҳиятини ҳисобга олиш (мижозларга нима ёқишини билиш).

Туризмда рекламанинг аҳамияти

**Туристтик фирмадаги
реклама бўйича
тактик қарорлар ўз
ичига 3 блок
саволларини олади:**

реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни
танлаш;

реклама эълонларига тўловлар ва харажатларни назорат
қилиш;

реклама мурожаатномаларининг чиқиш графиги.

Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш

**Туризм рекламаси
бўйича фойдаланиш
воситалари:**

Матбуот;

Телевидение;

Радио;

Видеороликлар;

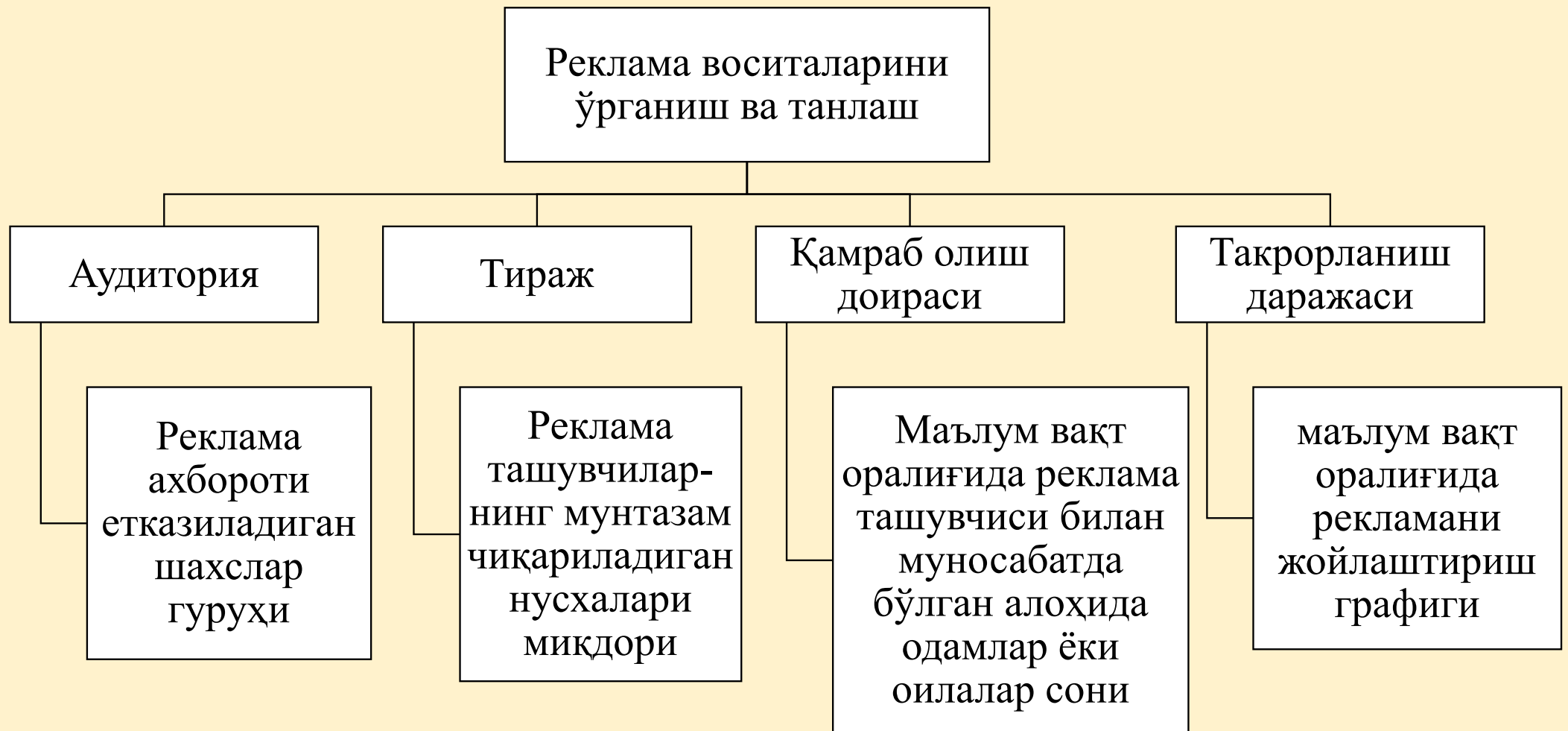
Почта жўнатмалари;

Транспорт;

Сотиш жойларидаги реклама доскаси

Ташқи ва сувенир рекламалари

Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш



Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш

Реклама компанияси учун тўловларни амалга ошириш учун туристик фирмада қуйидаги кўрсаткичларни бирлаштириб турадиган харажатлар сметаси тузилади:

реклама ассигнованиялари суммаси;

реклама тадбирлари ҳажми;

реклама воситалари ёки реклама ташувчиларда нашр қилиш учун тариф ставкалари ёки нархлар

Нашрлар
графи

оммавий ахборот воситаларида реклама эълонларининг чиқарилиш саналарини ва муддатларини кўзда тутди.

Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш

Рекламага қилинган харажатлар реклама ташувчилари билан, сотилган турлар бўйича тушумлар солиштирилади ва шу асосда нисбатан самарали реклама воситалари аниқланади.

Самарали
реклама
воситалари



Рекламага
қилинган
харажатлар



Сотилган
турлар бўйича
тушумлар

Мавзуни мустаҳкамлаш юзасидан саволлар

1. Туроператор маҳсулотини сотиш (ҳаракатлантириш) тизимига нималар киради?
2. Реклама нима, унинг мақсадлари нималардан иборат?
3. Турмаҳсулот рекламасининг мураккаблиги нимада?
4. Реклама қандай асосий принципларига таянади?
5. Реклама фаолиятининг меъёрий-ҳуқуқий асосини қандай норматив ҳужжатлар ташкил этади?
6. Туроператор турларни сотиш бўйича ўз каталоглари, рекламаси ва эълонларидаги маълумотлар тўғрилиги учун жавобгарлик қандай норматив ҳужжатлар асосида тартибга солинади?