



**TURIZM SOHASIDA ASOSIY VA QO'SHIMCHA
XIZMATLARNING TURLARI VA AHAMIYATI**

**ВИДЫ И ЗНАЧЕНИЕ ОСНОВНЫХ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ
УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

**TYPES AND IMPORTANCE OF BASIC AND ADDITIONAL
SERVICES IN THE TOURISM SECTOR**

Khurramova Fayoza

Annotatsiya: Turistik xizmatlar shartnoma asosida ko'rsatiladi. Shartnomada ko'rsatilgan xizmatlarning ko'lami va sifati, taraflarning huquqlari hamda majburiyatlarini, haq to'lash va hisob-kitoblar tartibini, shartnomaning amal qilish muddatini va uni bajarmaganlik yoki lozim darajada bajarmaganlik uchun javobgarlikni, shuningdek, taraflarning kelishuviga ko'ra boshqa shartlarni belgilaydi.

Аннотация: Туристические услуги предоставляются на договорной основе. Договор определяет объем и качество оказываемых услуг, права и обязанности сторон, порядок оплаты и расчетов, срок действия договора и ответственность за его неисполнение или ненадлежащее исполнение, а также иные условия, согласованные сторонами.

Abstract: Tourist services are provided on a contractual basis. The contract determines the scope and quality of the services provided, the rights and obligations of the parties, the procedure for payment and settlements, the term of the contract and liability for its non-fulfillment or improper fulfillment, as well as other conditions agreed upon by the parties.

Kalit so'zlar: Joylashtirish, transport xizmatlari, ekskursiya, gid, ovqatlanstirish xizmatlari.



Ключевые слова: Размещение, транспортные услуги, экскурсии, гиды, услуги общественного питания.

Keywords: Accommodation, transportation services, excursions, guides, catering services.

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

Turizm sayohatlarning bir turi bo'lsa-da, biroq o'ziga xos jihatlariga ko'ra ma'lum bir tavsifga ega bo'lib, unda ishtirok etuvchi shaxs turist deb nomlanadi. Muhimi, turistni sayohatchi deyishimiz mumkin, ammo sayohatchini esa har doim ham turist deya olmaymiz. Sayohatlardan farqli ravishda, turizm iqtisodiyot va siyosatning kuchli ta'siriga uchraydigan soha hisoblanadi. Turizmbu turistlar tomonidan amalga oshiriluvchi, aniq belgilangan turistik maqsadlarga ega ommaviy sayohatlar turi, ya'ni sayyohning faoliyati va bunday sayohatlarni uyushtirish va amalga oshirish bo'yicha xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlardan iborat. Bunday faoliyat turli xil turistik industriya korxonalarini va ular bilan bog'liq tarmoqlar tomonidan amalga oshiriladi. Turizm faoliyati, asosan, bo'sh vaqtda amalga oshiriladi. Bunday hol sodir bo'lishi uchun ikki shart bo'lishi kerak: dam olishga ajratilgan bo'sh vaqt va tegishli mablag'. Uzoq vaqt davomida turistik faoliyat bilan faqat badavlat kishilargina shug'ullanishgan.

Adabiyotlar tahlili. Bir qator turistik firmalar biznesmenlarning turli maqsadlarga yo'naltirilgan guruhli safarlarini tashkil etishga ixtisoslashgan.



Ish turizmining katta afzalligi shundaki, uni nomavsumiy pallada ham tashkil etish imkoniyati mavjud. Bunda turistik firmalar turistik xizmatlarni – transport, joylashuv, ovqatlanish, ekskursion xizmatlarni tashkil qilish bilan bir qatorda, mintaqaga xos ma'lumotlarni o'rganish, bo'lajak ish hamkorlari haqida ma'lumot yig'ish, tarjimalar, zaruriy iqtisodiy materiallar taqdimoti, ish bo'yicha uchrashuvlar tashkil etish kabi xizmatlarni ham taqdim qilishi mumkin. Turizm bozoridagi bu turning muhim xususiyati shundan iboratki, ish bo'yicha o'tkaziladigan uchrashuvlarning ishtirokchilari mamlakatga tashrifi jarayonida oddiy turistdan ko'ra ko'proq mablag' sarflaydilar(S.Tsarasta 2018)¹.

Umuman, turistik xizmatlar – bu ko'zga ko'rinmas tovarning o'ziga xos turi. Xizmat bevosita iste'mol jarayonida yuzaga keladi va alohida holda bo'lmaydi, bu xizmatning moddiy tovarga nisbatan asosiy farqidir. Bundan tashqari, tovar iste'molchiga olib kelib beriladi, turistik xizmatlarda esa iste'molchi bevosita xizmatning amalga oshiriladigan joyiga olib boriladi. Shuning uchun ham turistik xizmatlarni tayyorlash va sotish moddiy tovarlarni sotishga tegishli bo'lgan qonunlar asosida emas, balki boshqa qonunlar majmuyi bilan boshqariladi. Turistik xizmatlar ikki turga bo'linadi: asosiy va qo'shimcha. Asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlarning bir-biridan farqli tomonlari quyidagilardan iborat(I. Tuxliev 2010)²:

Asosiy xizmatlar (transfert – tashish, joylashtirish, ovqatlantirish va ekskursiya) turpaketga kiritiladigan xizmatlardan iborat bo'ladi. Qo'shimcha turistik xizmatlar esa turpaket tarkibiga kiritilmaydi; Asosiy turistik xizmatlar oldindan sotib olingan yo'llanma asosida (sayohatni boshlashdan oldin), ya'ni to'lov oldindan amalga oshirilgan bo'ladi. Qo'shimcha turistik xizmatlarda esa to'lov jarayoni bevosita xizmatdan foydalanish paytida amalga oshiriladi.

¹ Tsarstara, S. I. (2018). Definition of a new type of tourism niche—The geriatric tourism. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 796-799.

² Tuxliyev I. S. va boshqalar. Turizmni rejalashtirish. Darslik. – T.: Iqtisod-molia, 2010.



Yuqorida aytib o'tilgan farqlardan kelib chiqqan holda, qo'shimcha turistik xizmatlar deganda turpaketda nazarda tutilmagan, turist o'zining qo'shimcha to'lovi asosida foydalanadigan xizmatlar tushuniladi.

Tadqiqot usuli. Turistik xarajatlar tarkibida ko'rsatilganidek, turist sayohat uchun sarf qiladigan umumiy xarajatlarning 50% ini asosiy xizmatlar turpaketning xarajatlari, 30% ini qo'shimcha turistik xizmatlar, 20% ini tovar (sotib olish: suvenir va boshqalar) xarajatlari tashkil etadi. Bundan ko'rinib turibdiki, asosiy xizmatlar turist xarajatlarning asosini tashkil etsa-da, qo'shimcha xizmatlar uchun ham turist qolgan pulining aksariyat qismini sarflay olishi mumkin ekan.

Xulosa. Xizmat ko'rsatishni tashkil qilishda ozodlik tamoyilini inobatga olish juda muhimdir, ya'ni sayohat chog'ida barcha ko'ngilsiz narsalardan ozod bo'lishi lozim. Masalan, turistlarni transportga biletlar buyurtma qilishdan, konsert va teatrlarga biletlar buyurtma qilishdan, har qanday turdagi xizmatlarni kutishidan butunlay xalos qilish lozim. Xizmat ko'rsatishning optimalligi – mehmondo'stlikka aloqador bo'lgan iste'molchi xususiyatlaridan biri. Xizmat ko'rsatishning optimallasuvi quyidagilarni nazarda tutadi:

- barcha xizmat turlarining yagona klassga mos kelishi;
- barcha xizmatlarning tur mazmuniga mos kelishi;
- tur iste'molchilarining ma'lum maqsadli guruhiga yo'naltirilganligi;
- xizmat ko'rsatish dasturini oldindan kelishish;
- dasturlarning o'zgaruvchanligi u yoki bu xizmatlarni almashtirish imkonining mavjudligi;
- taqdim etiladigan xizmatlar soni bo'yicha xizmatlarning maqsadga muvofiq tarkibi;



– xizmat ko'rsatishda majburiylik alomatlarining yo'qligi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

Tsartsara, S. I. (2018). Definition of a new type of tourism niche—The geriatric tourism. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 796-799.

Tuxliyev I. S. *Turizmda strategik marketing. O'quv qo'llanma.* – Samarqand: SamISI, 2010.

Tuxliyev I. S. va boshqalar. *Turizmni rejalashtirish. Darslik.* – T.: Iqtisod-molia, 2010.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 27.07.2023 yildagi PQ-238-son. "Turizm yo'nalishidagi islohotlarni yanada jadallashtirish va sohada davlat boshqaruvi tizimini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to'g'risida".

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi faoliyatini yana-da takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 06.02.2018 y., PQ-3510-sonli qarori.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasining sayyohlik salohiyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish boyicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida" 03.02.2018 y. № PF-5326-sonli Farmoni.

Arunmozhi, T., & Panneerselvam, A. (2013). Types of tourism in India. *International journal of current research and academic review*, 1(1), 84-88.

Maria, G. A. (2016). CLASSIFICATION OF VARIOUS FORMS OF TOURISM. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 25(2).