

EKSKURSIYA XIZMATI - TURIZM SOHASINI ASOSIY XIZMATLARIDAN BIRI

Sarvar Abdurahimov Nasrilloevich

Termiz davlat universiteti Iqtisodiyot va turizm fakulteti o‘qituvchisi

Annotatsiya: Turizm sohasida ekskursiyatlar muhim rol o‘ynaydi va ularning asosiy xizmatlaridan biri hisoblanadi. Ekskursiyalar orqali turistlar madaniyat, tarix va tabiat boyliklarini yaxshiroq anglaydilar. Ushbu maqolada ekskursiya xizmati turizm sohasidagi ahamiyati, tartibi va unga bog‘liq bo‘lgan turli jihatlari muhokama qilinadi. Maqoladan oliy ta‘lim muassasalari talabalari, mustaqil tadqiqotchilar hamda keng auditoriya foydalanishlari mumkin.

Kalit so‘zlar: xizmatlar, servis, asosiy va qushimcha xizmatlar, is‘temolchilarning hulq atvori.

Kirish. Turistik xizmatlar tarkibiga ekskursiyalar, poxodlar ham kiradi. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonunida: “ekskursiya faoliyati - turistik faoliyatning tarixiy yodgorliklar, diqqatga sazovor joylar va boshqa ob‘ektlar bilan tanishtirish maqsadida oldindan tuzilgan yo‘nalishlar bo‘yicha ekskursiya yetakchisi (gid) hamrohligidagi 24 soatdan oshmaydigan ekskursiyalarni tashkil etishga doir qismi”, - deyilgan.¹

Gid haqida esa: “gid” (ekskursiya yetakchisi) - tur qatnashchilariga turistik xizmatlar ko‘rsatish shartnomasi doirasida ekskursiya - axborot, tashkiliy yo‘sindagi xizmatlar va malakali yordam ko‘rsatuvchi jismoniy shaxs”, - deyiladi.

Ekskursiya (excursion) - turistga va ekskursant (bir kunlik ziyoratchi)ga taklif qilinishi mumkin. Ekskursiya turistik xizmat bo‘lib, turistning estetik, ruhiy, boxabarlik va boshqa qiziquvchanlik ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiladi. Ekskursiya mobaynida qatnashuvchilar olamni anglash, tabiat mo‘jizalarini, tarixiy obidalarini ko‘rishi, shahar va bog‘larda bo‘lish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

¹ O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni. Xalq so_zi / 1999-yil 20-avgust.



EKSKURSIYALARNING ASOSI BO‘LIB AXBOROT HISOBLANADI.

- - tabiat jismlari, landshaftlar, tabiyatning antiqa xususiyatlari;
- - ob‘yektlar, diqqatga sazovor joylar va mintaqalar:
- - milliy-etnografik boyliklar:
- - tarixiy ahamiyatga ega joylar.



1-rasm. Ekskursiya xizmatida axborotlar

Ekskursiyaning o‘ziga xos shartlari ham bor: tematika (mavzu), rejalashtirilgan yo‘nalish (marshrut), ma‘lum muddatga oldindan tayyorlangan matn va tabiiyki, ishtirokchilarning, ya‘ni ekskursantlarning bo‘lishi. Ekskursiyaning funksional ahamiyati - dam olish va madaniy saviyaning oshishi, muloqot. Ko‘ngil ochishning uslublari va xillari chegarasiz darajada ko‘p, negaki ular tashkilotchilarning fantaziyalariga bog‘liq. Ko‘ngil ochish mashg‘ulotlarining 110 ga yaqin eng mashhur va ko‘zga ko‘ringan turlari mavjud. Texnika rivojlanishi va o‘yingohlarning tashkilotchilari fantaziyasi bilan yangidan - yangi dam olish imkoniyatlari ko‘paymoqda.

Har kimning ta‘bi xar hil, ba‘zi bir turistlar Parijdagi tarixiy muzey eksponatlarini ko‘rish uchun Luvrni ko‘rishni xoxlasa, ko‘pchiligi “Yevro Disney” - Uolt Disneyning kashfiyotlarini tomosha qilishni yoqtiradi.

Juda ko‘p markazlar, hiyobonlar atraksionlar bilan to‘la. Bular, arg‘imchoqlar, qiyshiq oynalarning kulgu xonalari, uchish joylari. Misol uchun, Disney bog‘ining



tematik davomi bo‘lgan kosmik uchishlarni boshqarish puliti shaklida jihozlangan bolalarning elektron o‘yinlari uchun butun bir zalni ajratilgan "Disney Magik" Amerikada esa otlarda yurish, mexanik va elektron ko‘rinishdagi tomoshalardir. Hozirgi kunda yuqori darajaga erishgan kruiz, “Disney Magik” kruiz laynerini keltirish mumkin. Atraksionlar tizimida bolalarning avtomat o‘yinlari katta o‘rin tutadi, kattalar uchun esa yanada jiddiyroq o‘yin sanoatining yangi kategoriyasiga oid ko‘ngil ochish mashg‘ulotlari ma‘quldir. Ular billiard, karta, ruletka va boshqalardir.



EKSKURSIYA

- bu tanishish yoki o‘rganish maqsadida aniq belgilangan reja bo‘yicha o‘tkaziladigan, mavzuli *hikoya qilish, namoyish etish, ma‘lumot berishdan* iborat.
- hikoyalar bilan olib boriladigan biror ob‘ektни ko‘rsatish jarayonidir.



2-rasm. Ekskursiya

O‘yin biznesi ko‘ngil ochish tizimida alohida o‘rin tutadi. LasVegas dunyoda o‘yinlar biznesining poytaxti hisoblanadi. Cho‘l o‘rtasidagi kichkina shaharcha yer yuzini o‘zining o‘yingohlari bilan lol qoldirgan. Aynan, Las-Vegasda dunyoning eng katta 13 ta mehmonxonasi qurilgan. O‘yin zallari bir vaqtning o‘zida 1000 ta



stolni o‘z bag‘riga oladi, minglab turistlar bu yerda o‘z omadlarini sinab ko‘rishga kelishadi.

Turizm ekskursiya bilan chambarchas bog‘liqdir. Chunki ekskursiya har bir turistik sayohatning fikriy ifodasidir. Odatda ekskursiya deganimizda diqqatga sazovor joylarni ziyorat qilish, tarixiy muzeylarni ko‘rish, arxeologik qazilma boyliklarni ko‘rish va boshqalar tushuniladi. Ekskursiya turli xil bo‘lib, quyidagilarga bo‘linadi:

1. Ekskursiya sayohatlarini mazmunan quyidagi sinflarga ajratish mumkin, ko‘zdan kechirish, umumiy-sharhli, ko‘p rejali, mavzuli tematik, tarixiy, madaniyatshunoslik va boshqalar.
2. Qatnashuvchilar tarkibiga ko‘ra.
4. O‘tkazish joylari.
5. Harakatlanish uslubi.
6. O‘tkazish shakliga ko‘ra bo‘linadi.

Ekskursiyaning kelib chiqishining asosiy sabablaridan biri turizmning rivojlanishi va jamiyat hayotida diniy ziyoratgohlar, haj marosimlari bilan bog‘liq tarixning ommaviylashganligidir, keyinchalik murakkab va ko‘p xil xalqning ehtiyojlari (turli xil madaniy manbalarga, tarixiy me‘rosarga va hokazo) shakllarga o‘zgardi. Shunday qilib, qiziqish ehtiyojning aniqlovchi omili bo‘lib xizmat qilgan.



3-rasm. Ekskursiya shartlari

Shu ma'noda sayohat, jamiyatning rekreatsion - tanishish ehtiyojlaridan kelib chiqish formasi va qondirish usuli bo'ladi. Sayohatlarni rivojlantirishning asosiy sabablari bo'lib quyidagilar hisoblanadi. Jamiyat umumta'lim sa'viyasining oshganligi, bo'sh vaqtni ko'paytirish, individual reja bo'yicha dam olishni tashkil qilishning yangi imkoniyatlarini paydo bo'lishi ahamiyatga ega. Hozirgi paytda turizm va ekskursiyani tadqiq qilishni quyidagi turlarga ajratishmoqda:

- ❖ siyosiy (turizm va sayohatga qatnashmoqda):
- ❖ iqtisodiy (turizm va sayohatlar iqtisodiyoti sifatida turizm industriyasi):
- ❖ geografik (turizm va sayohatlar uchun territoriyalarni turga ajratish va foydalanish);
- ❖ tashkiliy (turizmni kim boshqaryapti):
- ❖ xalqaro-siyosiy;
- ❖ tibbiy;
- ❖ gumanitar.

Agar turizm bo'sh sharoitlardagi (faoliyat) harakat turi sifatida yuzaga chiqsa, sayohat esa ana shu harakatni tashkil qilish formasida namoyon bo'ladi. Shunday qilib, ekskursiya-turizmning asosiy turi hisoblanadi. Ekskursiya har xil mavzular bo'yicha sinflantiriladi.

Ekskursiyalarning asosi bo'lib axborot hisoblanadi. **Axborot manbaalarini bir qancha guruhlariga ajratish mumkin:**

- ✓ tabiyat jismlari, landshaftlar, tabiyatning antiqa xususiyatlari;
- ✓ ob'ektlar, diqqatga sazovor joylar va mintaqalar: - milliy-etnografik boyliklar;
- ✓ tarixiy ahamiyatga ega joylar.

Ekskursiya tayyorgarlik sayohatning asosiy mazmunini ochib berish bilan bog'liq bo'lgan ma'lumot. Bularga: bevosita (sayohat, ko'rgazma ob'ektlari) va vositali (ekskursovod matni) ma'lumotlar kiradi. Ekskursiya uchun ob'ektlar tanlash, ularning tarixiy mohiyati va madaniy-tarixiy qiymatiga bog'liq. Ob'ektlarni o'zlashtirishda turli xil tushunchalar paydo bo'lishi mumkin. Ekskursovod nafaqat ob'ektlarni ko'rsatishi, balki ularning mazmunini o'z so'zlarida ochib berishi kerak. Ob'ektni ko'rsatish ekskursiyachilarni diqqatini jalb qilish sifatida namoyon bo'lsa, uning tahlilini so'zlarda ochib berishi va yana ko'p boshqa ahamiyatga jalb etadi.



Ekskursiyada asosiy hikoya formalari bo‘lib tasvir, ketma-ketlik, sanash va ob‘ektlar to‘g‘risida ma‘lumotlarni tushuntirish, o‘zaro ichki bog‘liqlik va bog‘lanishlar mazmunini ochib berish, izohlash, jarayon mobaynida diqqatni ob‘ekt xususiyatlariga qaratish, ko‘rsatma berish, ob‘ekt kuzatuvining to‘g‘ri olib borilishi bilan bog‘liq ekskurovod tavsiyalari kiradi. Ekskursiya shaharlararo sayohat qilishning norasmiy formasi hisoblanadi. Munosabatlar sayohat jarayonida yuzaga keladi va uning bosqichlari bilan birga rivojlanib boradi.

Shunday qilib, auditoriya doimiy ravishda ekskurovod va ob‘ektlar bilan o‘zaro munosabatda bo‘ladi. Sayohat esa o‘z o‘rnida ekskurovod, ob‘ektlar va ekskursiyachilar munosabatlarining natijasidir. Ekskursiya davomida auditoriyani ajratuvchi va birlashtiruvchi belgilar paydo bo‘ladi.

Birlashuvchi belgilarga ekskursiyachi va ekskurovod orasidagi munosabatning mavjudligini ko‘rish, eshitish, umumiylik hissi, bir-biriga ta‘sir etish (emotsiya) umumiy diqqatning jalb etilishi sayohatga qadar to‘plangan turistlar auditoriyani tashkil qilmaydi. U faqat diqqatning bir joyga jalb qilinishidan keyingina ekskurovod auditoriya hamohangligi, ularning psixofiziologik va ijtimoiy hamohangligi sharoitida kayfiyatning yaxshi bo‘lishi, ularning barchasi ekskursiyaning yaxshi kechishi uchun zamin yaratadi. Ma‘lumki, ekskursiyachilar tushunchasi turlichadir.

Tasniflashtirish har bir turdagi xizmatning o‘ziga xos qirralarini, ushbu industriyani boshqarish xususiyatlarini tushinish imkoniyatlarini beradi. U xizmatlarni segmentlashtirishga optimal yondoshishga yordam beradi. U xizmatlar sohasi ishlovchilarini avvallari bozorda taqdim etilmagan xizmatlarning yangi turlarini qidirishga undaydi va ularning sifatini oshirish indikatorini hisoblanadi.

Mehnat taqsimoti tamoyillariga mos ravishda ehtiyojlarning va funkstiyalarning diversifikastiyalanishi xizmatlar ko‘rsatish bo‘yicha faoliyat turlarining ko‘payishiga olib keldi. Ularni aniqlash qiyin ish bo‘lib hisoblanadi. Xizmatlar juda qiyin turli qatorli kategoriyadan iborat, unda barcha narsalar aralashdir va bu tovarni ishlab chiqarishni ko‘zda tutmaydi, xizmatni ko‘rsatuvchi va xaridori o‘rtasidagi aloqalarning iqtisodiy tavsifi hisoblanadi.

Xizmatlarni tasniflashtirish ularni ma‘lum klasslar, guruhlar, kategoriyalarga bo‘lishni anglatadi.

Servis faoliyati deganda yakka tartibdagi xizmatlarni ko‘rsatish orqali insonlar talabini qondirishga yo‘naltirilgan faoliyat turini tushunish lozim. Ushbu turdagi



faoliyat bilan turli xildagi tashkilotlar shug‘ullanadi. Ular jumlasiga yakka tartibdagi tadbirkorlar va turli mulk shakliga ega bo‘lgan servis korxonalari kiradi. Ular mehnatining natijasi bo‘lib xizmat hisoblanadi.

Xizmat deganda avvalo mehnat mahsulotini tushunish lozim. Ushbu mahsulotning asosiy belgilanishi bo‘lib, insonlarning aniq talablarini qondirish hisoblanadi. Boshqacha qilib aytganda xizmat-bu insonlarning ehtiyoj va talablarini qondirishga qaratilgan faoliyatdir.

Servis faoliyatida idel va real xizmat tushunchalari mavjud.

Ideal xizmat-bu servis faoliyatining u yoki bu turidagi abstrakt, nazariy modeldir. U o‘z ichiga aholiga xizmat ko‘rsatish qoidalari, sifat standartlari va xizmat ko‘rsatish texnologiyalarini oladi.

Real xizmat-bu iste‘molchining talablarini qondirishga yo‘naltirilgan aniq moddiy harakatlardir. Ushbu xizmatlar bajaruvchilar, iste‘molchilar, ularni ko‘rsatishning aniq sharoitlariga qarab yakka holatda tartiblashtiriladi.

Hozirgi kunda servis tashkilotlari moddiy va ijtimoiy-madaniy xizmatlarni amalga oshiradilar.

Moddiy xizmatlar deganda, insonlarning moddiy talablarini qondiruvchi xizmatlar tushiniladi. Ushbu xizmatlar mahsulotlarning iste‘mol qiymatini qayta tiklaydi (o‘zgartiradi, saqlaydi) yoki iste‘molchilar buyurtmalariga binoan yangi mahsulotlar ishlab chiqaradi, iste‘mol uchun shart - sharoitlarni yaratib beradi. Jumladan moddiy xizmatlarga maishiy xizmatlar (mahsulotlar, bino va qurilmalarni ta‘mirlash va texnik xizmat ko‘rsatish bo‘yicha xizmatlar, sartaroshxona xizmatlari, foto xizmatlar), turar joy-kommunal xizmatlar, ommaviy ovqatlanish xizmatlari, transport xizmatlari, qishloq xo‘jalik xizmatlari va boshqalar kiradi.

Ijtimoiy-madaniy xizmat deganda insonlarning ma‘naviy, intellektual talablarini qondiruvchi va ularning normal hayot faoliyatini qo‘llab quvvatlashga mo‘ljallangan xizmatlar majmuasi tushiniladi.

Ushbu turdagi xizmatlar sog‘liqni saqlash va uni tiklash, shaxsning ma‘naviy va jismoniy rivojlanishini va uning professional tajribasini oshirishga qaratilgan. Ijtimoiy-madaniy xizmatlar tarkibiga, tibbiy xizmatlar, turizm, madaniy va ta‘lim xizmatlari kiradi.

Yuqorida qayt qilinganidek moddiy xizmatlarning natijasi bo‘lib, bajarilgan ish yoki mahsulot hisoblanadi. Ijtimoiy-madaniy xizmatlar natijasi moddiy shaklga ega



bo‘lmaydi. Masalan turistik va ekskursiya xizmatlari natijalari mahsulot yaratish jarayonidan farq qiladi.

Moddiy va ijtimoiy-madaniy xizmatlar bir birini doimiy ravishda to‘ldiruvchi hisoblanadi. Ko‘pchilik holatlarda tovarlarni xarid qilishga xizmatlarni iste‘mol qilish hamroh bo‘ladi. Masalan ommaviy ovqatlanish xizmatlarini iste‘mol qilishda, iste‘molchi tovar oladi. Ushbu tovarga oziq-ovqat mahsulotlari, oziq-ovqat mahsulotlarini iste‘mol qiladigan joy, taomlar va ichimliklarni berish bo‘yicha xizmatlar, psixologik dam olish va hokozolar kiradi.

Xizmatning xayot davri bir necha bosqichlarga bo‘linadi:

- ✦ iste‘molchilarga taklif etilayotgan xizmatlar bo‘yicha ma‘lumot berish;
- ✦ xizmatga buyurtmani qabul qilish;
- ✦ xizmatni bajarish;
- ✦ xizmatni bajarish sifatini nazorat qilish;
- ✦ iste‘molchi buyurtmasini berish (xizmat mahsulotini iste‘molchiga sotish).

Iste‘molchilarga xizmat ko‘rsatish servis korxonasining ixtisoslashtirilgan xonalarida yoki xizmat turi va buyurtmachi talabiga taalluqli ravishda xizmatni bajarish uchun zarur bo‘lgan har qanday boshqa joyda amalga oshiriladi. Xizmat ko‘rsatish sifatiga xizmat ko‘rsatish sharoitlari bevosita bog‘liq bo‘ladi. Bu o‘z navbatida xizmat ko‘rsatish jarayonida iste‘molchiga ta‘sir ko‘rsatadi.

Servis korxonasi ishining samaradorligi rahbarlarning to‘g‘ri tashkiliy-boshqaruv faoliyatiga bog‘liq bo‘ladi. Ushbu tashkiliyboshqaruv ish o‘z ichiga quyidagilarni oladi:

- ✦ korxonaning servis faoliyatini rejalashtirish, bozorning yoki xizmatlar assortimentining o‘zgarishi natijasida korxonaning rivojlanishining istiqbolini belgilash;
- ✦ ishlab chiqarish va noishlab chiqarish harajatlarini baholash;
- ✦ xizmatlar assortimenti va sifat darajasini inobatga olgan holda texnologik asbob-uskunalar va texnik vositalar tarkibini optimallashtirish;
- ✦ iste‘molchilar bilan ishlash uchun psixologik qobiliyatga ega bo‘lgan xodimlarni tanlash.

Shunday qilib servis faoliyati murakkab va ko‘p qirrali jarayon hisoblanadi. Ushbu jarayon korxonaning xodimlari va resurslarini yaxshi boshqarish, xizmat ko‘rsatish standartlariga rioya qilish, ko‘rsatilayotgan xizmatlarning iste‘molchilar talablariga mos kelishi orqali ta‘minlanadi.



Xulosa. Yekskursiya xizmati turizm sohasidagi asosiy xizmatlardan biri sifatida juda muhim rol o‘ynaydi. Turistlar uchun qiziqarli va ma’lumotga boy tajribalar yaratish, mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirish va tabiatni muhofaza qilishda muhim ahamiyat kasb yetadi. Shu sababli, yekskursiyatlarni tashkil yetish va ularni rivojlantirishga ko‘proq ye’tibor qaratish lozim.

ADABIYOTLAR:

1. World Tourism Organization (2005), UNWTO Tourism Highlights, 2005 Yedition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284411900>
2. Apar Singh. (2020). The Diffusion of Ye-marketing in Tourism Businesses of Yethiopia: An Yempirical Investigation of Organisational Ye-readiness Perspectives. Yeuropean Journal of Tourism Hospitality and Recreation. Volume 10(1):1-13
3. Hall, C. M. & Lew, A. A. (2009). Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach. London. Routledge.
4. lbrecht, M. M. (2011). ‘When you’re here, you’re family’: culinary tourism and the olive garden restaurant. *Tourist Studies*, 11 (2), 99-113. Urry, J. & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Sage. Urry, J. (2002). *The tourist gaze*, Sage.
5. Kabote, F., Mamimine, P. W. & Muranda, Z. (2017). Domestic tourism for sustainable development in developing countries. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. Volume 6 (2).
6. Yap, G. C. & Allen, D. (2018). Investigating other leading indicators influencing Australian domestic tourism demand. *Mathematics and Computers in Simulation*, 81 (7), 1365–1374.
7. Isadjanov Abduvali and Gulmuratov Ilyos, (2020) "Tourism Development In Uzbekistan: Current Trends And National Priorities," *The Light of Islam: Vol. 2020: Iss. 1, Article 27*.
8. World Travel and Tourism Council (WTTC). (2018). *Domestic Tourism: Importance and Yeconomic Impact*. London. WTTC.

