

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

BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI

Magistratura bo‘limi

Qo‘lyozma huquqida

UDK:

ALIMOVA SHAXNOZA OKTYAMOVNANING

**BUXORO HUDUDIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA
ANIMATSION FAOLIYATDAN FOYDALANISHNING
IMKONIYATLARI VA ISTIQBOLLARI**

Mutaxassislik: 5A610301- Turizm (faoliyat turlari bo‘yicha)

Magistr akademik darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar

i.f.n., dotsent, Hamroyev.H.R

Dissertatsiya Buxoro davlat universiteti “Turizm va mehmonxona xo`jaligi”
kafedrasida bajarilgan.

Ilmiy rahbar

Imzo

Ilmiy darajasi va unvoni, F.I.Sh.

Kafedra mudiri

Imzo

Ilmiy darajasi va unvoni, F.I.Sh.

Magistratura bo‘limi boshlig‘i

Imzo

Ilmiy darajasi va unvoni, F.I.Sh

MUNDARIJA

Kirish	3
I BOB. Turizm animatsiyasining nazariy asoslari.....	8
1.1. Turizm animatsiyaning mohiyati va shakllanish tarixi....	8
1.2. Turistik animatsion faoliyatning funksiyalari	13
1.3. Turizm animatsiya turlari va shakllari.....	18
I bob bo'yicha xulosa	30
II BOB. Xorijiy mamlakatlarda animatsion turizm tahlili.....	31
2.1. Xorijiy mamlakatlarning animatsion turizmi.....	31
2.2. Ispaniyada animatsion turizmni rivojlantirish tahlili.....	34
2.3. Turizm animatsiyasini rivojlantirishda Xitoy tajribasi.....	42
II bob bo'yicha xulosa.....	47
III BOB. Buxoro hududi turizm animatsiyasini rivojlantirish konsepsiyasi.....	48
3.1. Buxoro hududida turizm animatsiyasi imkoniyatlari.....	48
3.2. Buxoro turistik tarixiy animatsiyasi loyihasini tayyorlash..	51
3.3. Buxoro mehmonxonalarida turistik animatsion faoliyatni yo'lga qo'yish.....	60
III bob bo'yicha xulosa	64
Xulosa va takliflar.....	66
Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.....	69

KIRISH

“Turizm — iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri. Mavjud imkoniyatlardan samarali foydalangan holda, ushbu tarmoqni yanada takomillashtirish zarur, buni davrning o‘zi taqozo etmoqda.”

Shavkat Mirziyoyev Miromonovich

Darhaqiqat, bugungi kunda turizm biznesi jahon iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri bo‘lib sanaladi. Ushbu sohaning sanoat darajasiga ko‘tarilishida nafaqat xorijiy mamlakatlarda balki, O‘zbekistonda ham katta e‘tibor berilib, destinatsiyaga sayyohlarni jalb qilish uchun ko‘plab chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Prezidentimizning “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni, O‘zbekiston Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasida o‘rta istiqbolda turizmni rivojlantirish bo‘yicha Kontsepsiyasini hayotga tatbiq etish choralari to‘g‘risida»gi qarorini [3]hamda Prezidentimizning 2017 yil 16 avgustdagi «2018–2019 yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi qarori [4]bu boradagi ishlarni yangi bosqichga ko‘tardi. Qarorga ko‘ra, 2018–2019 yillarda soha oldida turgan muhim masalalar yechimiga bag‘ishlangan alohida dastur tasdiqlandi va uning to‘liq ijrosini ta‘minlash va sohada olib borilayotgan ishlarni idoralararo muvofiqlashtirish maqsadida Turizmni rivojlantirish bo‘yicha muvofiqlashtirish kengashi tuzildi. Ushbu qarorlarga muvofiq boy o‘tmishimizdan dalolat beradigan qadimiy yodgorliklarni asrab-avaylash, Samarqand, Buxoro, Toshkent, Xiva, Shahrisabz, Marg‘ilon, Farg‘ona, Urganch shaharlaridagi zamonaviy binolar, joylarda faoliyat ko‘rsatayotgan milliy hunarmandchilik markazlari ushbu hududlarda nafaqat xalqaro, balki ichki turizmni ham rivojlantirishga oid ishlar olib borilishiga sabab bo‘lmoqda.

Bu natijalarni mustaqillikning ilk kunlaridan hozirgi kunga qadar O'zbekistonning sayyohlik potentsiali 12 barobarga oshganligi, shuningdek, Buxoro viloyati turizmni rivojlantirish departamenti 2018 yil sarhisoblari misolida ham ko'rishimiz mumkin. Birgina shu yilning o'zida hududda 150 mingdan ortiq sayyohlarga xizmat ko'rsatilganligi ancha quvonarli holdir. [5]Bu ko'rsatkichni yanada ko'paytirish, turizmni yanada rivojlantirish uchun bizda yetarli imkoniyatlar talaygina. Turizmda animatsiya faoliyatidan foydalanib, bir qancha qulayliklar hamda mavsumiylikni qisqartirish kabi muammolarni bartaraf etish mumkin. Shuning uchun ham turizm animatsiyasi **kunning dolzarb mavzuiga** aylanib bormoqda.

Turizm animatsiyasi - bu bo'sh vaqtni o'tkazish uchun maxsus dasturlarni ishlab chiqish va amalga oshirish, o'yin-kulgi va sport o'yinlarini tashkil qilishdir. Animatsiya - xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga qaratilgan xizmat turidir va shu bilan birga bu reklama, mehmonlar va ularning do'stlarini qayta jalb qilishning o'ziga xos turidir, shuningdek uning maqsadi turistik sanoatning daromadliligi va rentabelligini oshirish uchun turistik mahsulotni bozorga chiqarishdir.

Magistrlik dissertatsiyasining tadqiqot ob'yekti va predmati: Buxoro hududida joylashgan turizm tashkilotlari, turistik korxonalar, diqqatga sazovor joylar ishning ob'yekti bo'lib hisoblanadi. Predmeti esa turizm animatsiyasi bilan bog'liq bo'lgan barcha ilmiy ishlardir.

Ishning maqsadi va vazifalari: Ishning maqsadi destinatsiyaga tashrif buyuruvchi real va potentsial sayyohlar oqimini oshirishda hududning turizmini rivojlantirishda turistik animatsiyasini qo'llash, asoslab, amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Ushbu maqsaddan kelib chiqib bir necha vazifalarni amalga oshirish ko'zda tutiladi:

- Animatsiya tushunchasi, mohiyati, shakllarini izohlash;
- Turizmda animatsiya faoliyatdan foydalanishning nazariy jihatdan yoritish;

- Xorijiy davlatlarning animatsion turizm faoliyatini o'rganib amaliy tahlillar o'tkazish;
- Hukumatimizning sayyohlarni jalb qilish uchun olib borayotgan siyosatini, O'zbekistonda turistik animatsiya imkoniyatlarini o'rganish;
- Destinatsiyalarda talab va taklif tizimidagi turistik animatsion o'zgarishlarni tahlil qilib, uni barqarorlashtirish imkoniyatlarini aniqlash;
- Turizmning yangi animatsion turlarini ishlab chiqish imkoniyatlarini xorij mamlakatlari misolida ko'rib chiqish;
- Buxoroda turistik animatsion g'oyalar taklifini ishlab chiqish.

Ilmiy yangiligi: Ushbu dissertatsiya hududning mavjud va istiqboldagi tashkiliy-huquqiy normativlari, dasturlari, rejalariga asosan xorijiy va mahalliy sayyohlar oqimini ko'paytirishda "Event management" korxonalarining rolini oshirish, noan'anaviy animatsion turistik paketlar taklifini joriy qilish, har xil segmentdagi sayyohlarni jalb qilishda keng ko'lamli animatsion dasturlar, tadbir va marosimlar ishlab chiqishni taklif etadi. Buxoro hududidagi mehmonxonalari o'rtasida qilingan so'rovnoma natijalariga ko'ra mehmonxona animatsion dasturlari har bir mehmonxona faoliyatini yaxshilashda, xizmat sifatini oshirishda, tanilishida juda yaxshi ta'sir ko'rsatadi.

Tadqiqotning asosiy masalalari va farazlari: Animatsiya atamasining turli talqinlarini solishtirma tahlili natijasida mazkur tushunchasi amalda ifodalashning "turistik xizmat" atamasi bilan tavsiflanishini ilmiy jihatdan asoslandi. "Animatsiya" atamasining ichki tuzilmasi va o'ziga xos xususiyatlari aniqlandi. "Turistik animatsiya" atamasini ichki va tashqi shakllariga tayangan holda uning turistik xizmat sifatida shakllanish jarayoni tadqiq etib, uning tipologiyasi aniqlandi.

Jahon turizmni bozorida turistik animatsiya xizmatlari bilan yuqori ko'rsatkichlarni zabt etgan davrlarlar: Ispaniya va Xitoy davlatlarining turistik salohiyati tahlil etilib, xorijiy tajriba sifatida mazkur ishda qo'llanildi.

Animatsion turizm har bir turistik mintaqaga xosdir. Shuni inobatga olgan holda, turistik imkoniyatlardan foydalanib animatsiya faoliyati

hamjihatligida turizmni yanada rivojlantirishga qaratilgan. O'zbekiston ham rivojlanayotgan mamlakatlar qatorida ilg'or turistik destinatsiyalar tajribalarini amaliyotga joriy etish yo'li bilan animatsion turizmning mavjud turistik salohiyatdan foydalanib rivojlantirish mazkur dissertatsiya ishida tahlillar orqali nazariy asoslab berilgan. Ilmiy tadqiqotning natijalari turizm yo'nalishida tahsil oluvchilar uchun nazariy qo'llanma sifatida foydalanilishi, innovatsion g'oya sifatida taqdim etilishi mumkin.

Tadqiqot mavzusi bo'yicha adabiyotlar sharhi (tahlili): Men tadqiqot mavzusiga tegishli bir qancha adabiyotlar bilan tanishdim va tadqiqot ishimda ulardan keng foydalandim. Asosan, Rossiya tadqiqotchilaridan Аванесова Г. А., Т. Н. Третьякова., Власова Т.И., Шарухин А.П., Панов Н.И., hamda А.Б.Гончаренконинг 'Animatsion xizmatlar' monografiyasidan ko'p bilimlarga ega bo'ldim. Xorij tadqiqotchilaridan Thammapaphon Leeaumnuaychok, Cane KOTESKI, Nikola V. DIMITROV, Tanja ANGELKOVA, Kristijan DZAMBAZOSKI kabi insonlarning ilmiy maqolalardan xorijiy tajribalarni o'rgandim. Ayniqsa, xorvatiyalik Zlatko JAKOVLEV ning bir qancha ilmiy ishlari, Aleksandr Ivanovskining "Turizmدا animator" kitobidan mavzuyimga oid bir qancha nazariy ma'lumotlardan foydalandim. Amerika merosi lug'ati (American heritage dictionary), Biznes lug'at (Business dictionary) kabi lug'atlardan o'zimga tegishli kalit so'zlar ma'nosini bilib oldim va dissertatsiyaga qo'lladim.

Yuqoridagi aytib o'tgan adabiyotlar asosida 3 ta ilmiy maqola-tezis yozdim, ular 2018 yil Tafakkur va talqin jurnalida hamda kafedramiz tomonidan tashkil etilgan xalqaro konferensiyalarda chop etildi.

Tadqiqotda qo'llanilgan metodning tavsifi: Ilmiy tadqiqot O'zbekistonRespublikasining turizmga oid qonunlari, O'zbekistonRespublikasi Prezidenti asarlari, farmon va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Buxoro viloyati turizmni rivojlantirish departamenti tomonidan ishlab chiqilgan me'yoriy hujjatlar, mahalliy va xorijiy adabiyotlarga tayangan holda olib boriladi. Tadqiqot davomida analiz va sintez, induksiya va deduktsiya, tizimli

yondashuv, tahlilning mantiqiy va taqqoslama usullari, statistik va ekonometrik modellashtirish, istiqbolli prognozlash kabi metodlardan foydalanildi.

Tadqiqot natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati: Animatsion turizm har bir turistik mintaqaga xosdir. Shuni inobatga olgan holda, turistik imkoniyatlardan foydalanib animatsiya faoliyati hamjihatligida turizmni yanada rivojlantirishga qaratilgan. O'zbekiston ham rivojlanayotgan mamlakatlar qatorida ilg'or turistik destinatsiyalar tajribalarini amaliyotga joriy etish yo'li bilan animatsion turizmning mavjud turistik salohiyatdan foydalanib rivojlantirish mazkur dissertatsiya ishida tahlillar orqali nazariy asoslab berilgan. Ilmiy tadqiqotning natijalari turizm yo'nalishida tahsil oluvchilar uchun nazariy qo'llanma sifatida foydalanilishi, innovatsion g'oya sifatida taqdim etilishi mumkin.

Ish tuzilmasining tavsifi: Dissertatsiya kirish, uchta bob, xulosa, adabiyotlar ro'yxatidan tarkib topgan. Unda 8 ta jadval, 6 ta rasm, 9 ta chizma mavjud. Ishning umumiy hajmi 80 betdan iborat.

I BOB TURIZM ANIMATSIYASINING NAZARIY ASOSLARI

1.1. Turizm animatsiyaning mohiyati va shakllanish tarixi.

Turizm iqtisodiyotning yetakchi va eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri bo'lib, u asrning tez sur'atlarda iqtisodiy hodisasi sifatida e'tirof etilmoqda.

Bugungi kunda turizmning barqaror rivojlanishini ta'minlash maqsadida zamonaviy sayyohning bo'sh vaqtini tashkil etishdagi xizmatlarning sifati doimo yaxshilanib, ehtiyojlarini to'la – to'kis qondirish turizmning asosiy maqsadi bo'lib kelmoqda. Turizm sohasini rivojlantirish uchun sifatli sayyohlik mahsulotini yuqori darajasi taqdim etish shartdir.

"Animatsiya" tushunchasi lotin tilidan kelib chiqqan (anima - shamol, havo, jon; animatus - animatsiya)[37] va ilhom, ma'naviyat, hayotiylikni rag'batlantirish, faoliyatga jalb qilishni anglatadi.

Animatsiya - bu bo'sh vaqtni o'tkazish uchun maxsus dasturlarni ishlab chiqish va amalga oshirish, o'yin-kulgi va sport o'yinlarini tashkil qilishdir.[38]

Boshqa bir manbalarda esa: Animatsiya - xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga qaratilgan xizmat turidir va shu bilan birga bu reklama, mehmonlar va ularning do'stlarini qayta jalb qilishning o'ziga xos turidir, shuningdek uning maqsadi turistik sanoatning daromadlilik va rentabelligini oshirish uchun turistik mahsulotni bozorga chiqarishdir.[7]

Turistik animatsiya - turistik xizmat, uni taqdim etish bilan sayyoh faol harakatlarga jalb qilinadi. [26] Bu animatorning sayyohlar bilan shaxsiy aloqalariga, ularning turistik kompleksning animatsion dasturida taqdim etiladigan ko'ngilochar tadbirlarda birgalikda ishtirok etishlariga asoslanadi. Bu turistik kompleksda, mehmonxonada, kruiz kemasida, poezdda amalga oshiriladigan turistik faoliyat turidir, u maxsus ishlab chiqilgan hordiq chiqarish dasturlarida qatnashish orqali turli tadbirlarga jalb qilinadi.

Shu bilan birga turistik korxonadagi faoliyatning eng muhim qismi, uning yuqori professionalligi, turistik mahsulotning eng muhim tarkibiy qismidir.

Shuning uchun sayyohlik korxonasidagi har qanday faoliyat singari animatsiya ham rejalashtirilgan, aniq tartibga solingan, tashkiliy jihatdan boshqarilishi va moddiy, moliyaviy va inson resurslari bilan ta'minlanishi kerak.

Turizm terminologiyasi lug'atida animatsion xizmatlar turistlarning ko'ngilochar, dam olish va hordiq dasturlarini jonlantirish [38]deb ta'riflanadi.

Turistik animatsiya esa - turistik xizmatdir. Unda sayyoh bevosita jarayon ishtirokchisiga aylanadi. Turistik animatsiyada turanimator sayyoh bilan ma'lum belgilangan animatsion dastur orqali yaqin ijtimoy munosabatda bo'lishi nazarda tutiladi.

Bugungi kunda har qanday sayyohga nafaqat turistik destinatsiyaning diqqatga sazovor joylarini ko'rsatish balki unga ushbu jarayon muhitini yaratish kundan kunga jadal suratlarda bormoqda.

Zamonaviy turizmدا yangi yo'nalish - animatsion turizmni uchratish mumkin. Bu yo'nalish hozirda turistik dasturlarning asosiy qismiga aylanib bormoqda. [10]

Sayyohlik animatsiyasining asosiy maqsadi - sayyohning dam olishdan qoniqishi - uning yaxshi kayfiyati, ijobiy taassurotlari, ma'naviy va jismoniy kuchini tiklashdir. Bu sayyohlik animatsiyasining eng muhim funktsiyasi dam olishdir.[17]

Qadimgi davrdan to bugungi kungacha dam olishni tashkil qilish, turistik animatsiyani rivojlantirish uchun asos bo'lib kelgan. Turanimatsiya turizmدا yangi yo'nalish bo'lib, u ilgari bir shaklda yoki boshqa shaklda bo'lgan, ammo har xil nom va ifoda usullariga ega bo'lgan.

Qadim zamonlarda mehmonxonalar boshqa joylar sayohatchilar uchun turar joy va ovqatlanish joylari turli xil ko'ngilochar tadbirlar va sport turlari bilan mehmonlarni jalb qilgan. Dam olishni tashkil etishning tarixiy yo'nalishlarini izlab topish, hozirgi kundagi sayohatni tashkil etishda, sayohatchilarni vaqtlarini sermazmum tashkil etishda va ko'ngil ochishda va uni ma'lum bir turistik xizmatlarga aylantirish zarurat uchun foydalidir.

Ko'ngil ochish va mehmondo'stlik o'rtasidagi asrlar davomida qadimgi zamonlardan to hozirgi kungacha bog'liqlik kuzatish mumkin, ammo shunga qaramay, zamonaviy ma'noda turistik animatsiyaning paydo bo'lishi sanoatlashtirish va urbanizatsiyaning salbiy oqibatlarilariga borib taqaladi.

Tez texnik rivojlanish (sanoatlashtirish) salbiy oqibatlari: texnik atrof-muhit va atrof-muhitning ifloslanishi, mehnatning monotonligi, jismoniy va aqliy charchoq, ijodkorlik uchun, sevimli mashg'ulot (hobbi) uchun vaqt va kuchning yetishmasligi kabilar keng tarqaldi. [33]

Urbanizatsiya esa turli xil salbiy oqibatlarni keltirib chiqardi: shahar aholisining zichligi oshishi, hayotiy yuklarning ko'payishi, shahar muhitidagi tasodifiy, yuzaki (anonim) odamlarning aloqalari ko'pligidan.

Ushbu salbiy oqibatlarga javoban - bu shaharni toza tabiatga qoldirish, ma'naviy qadriyatlarga (tarix, madaniyat, san'at) ko'rish, hayotiy taassurotlarni diversifikatsiya qilish, jismoniy va aqliy charchoqni yo'qotish, yangi narsalarni o'rganish, yangi odamlarni topish, o'zingizni muloqotda bo'lish, qarindoshlari orasida bo'lish, dam olish va ular bilan o'yin-kulgi qilish istagi tug'ila bordi. Natijada, turli xil sport va havaskorlik turizmi, sevimli mashg'ulotlariga sayohatlar, tabiatga yo'naltirilgan ekologik sayohatlar, diqqatga sazovor joylar va ko'ngil ochish marshrutlari, sport va dam olish xizmatlari kabi turistik xizmatlarga talab ortib bordi.

Shunday qilib, zamonaviy inson hayot tarzining o'zgarishi, sanoatlashtirish va urbanizatsiya munosabati bilan uning ishining tabiati uning bo'sh vaqtiga bo'lgan ehtiyojning o'zgarishiga va shunga mos ravishda turistik mahsulot tarkibining o'zgarishiga olib keldi. Endi u turar joy va ovqatlanishdan tashqari, ko'ngil ochish, bo'sh vaqtni mazmunli o'tkazish va hissiy bo'shashish ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan boshqa elementlarni ham qamrab ola boshladi. Turistik faoliyatning kundalik hayotida va mehmonxona xizmatlarining terminologiyasida "turistik animatsiya" tushunchasi paydo bo'ldi - bu turistning animatsion ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan faoliyat turi sifatida dunyoga tanildi.

Animatsiyaning oddiy shakllari har doim sayyohlik faoliyati va turistik mahsulotlarning ajralmas qismi bo'lgan, ammo Turanimatsiya 1970-yillarda turli mamlakatlarda turistik mahsulotlar va xizmatlarga turli xil iste'molchilarning talabining oshishi, shuningdek turizm korxonalarining javobi natijasida ommaviy sanoat hodisasiga aylandi.

Texnik va texnologik taraqqiyot animatsion dasturlar uchun zarur bo'lgan moddiy-texnik jihozlarni yaratishga imkon berdi.

Bu yillarda g'arblik sayyohlarning aksariyati faqat turar joy, ovqatlanish va ma'lum bir ekskursiyalarni taklif qiladigan sayohatlar va sayohat dasturlarini tanlashdan voz kechdilar va shu talabni o'rganib, turistik majmualar va mehmonxonalarda (kurortdan biznesgacha va kongressgacha) turli xil qo'shimcha xizmatlar va dasturlarda hordiq chiqarishning yangi falsafasini ishlab chiqish zarurati paydo bo'ldi. Masalan, ovqatlanish xizmat sifatida quyidagi shakllarni oldi: parhez ovqatlanish, ovqatlanish va tibbiy nazorat, sayyoh ishtirokida ovqat tayyorlash, tibbiy ovqatlanish, idish-tovoq, sharob, pivo bayramlari va boshqalar.

Amerika Qo'shma Shtatlarida tabiat qo'riqlanmagan bog'lar orasida milliy bog'larda dam olish rivojlandi. Sport raqslari, aerobika, sport o'yinlari, jismoniy mashqlar mashinalari, massajlar, saunalar mehmonxonalar xizmatining ajralmas qismiga aylandi.[35]

Bunday ta'tilni tashkil qilish, dam oluvchini kundalik hayotdagi muammolardan chalg'itish, nafaqat charchoqni yo'qotish vositasi, balki zararsizlantirish vositasi bo'lgan bunday ko'ngilochar dasturlarni (animatsion dasturlarni) shakllantirish va amalga oshirish dolzarb muammoga aylanib bordi.

Hozirgi vaqtda turizm sohasida yangi yo'nalish - turistik animatsiya shakllandi, u o'ziga xos turistik mahsulot va turistik dasturlarning zarur elementiga aylandi.

Turizmدا animatsiya XX asrning 70-yillaridan boshlab rivojlana boshladi. Sharqda faqat 90-yillarning o'rtalarida va Rossiyada ham paydo bo'ldi. Dastlab animatorlar Misr va BAAda paydo bo'ldi.[78] Keyinchalik - Turkiya, musiqiy

va sirk guruhlari o'z dasturlarini asosan mehmonxonalarda taqdim etdilar. Raqqosalar va sirk ijrochilariga faoliyatning bir oz farq qiladigan sohasi taklif etildi - bu nafaqat konsert dasturlari, balki mehmonlar bilan tinch muhitda muloqot qilish 90-yillarning o'rtalarida animatorlarning maktablari ochildi.

So'nggi paytlarda tobora ko'proq turistik korxonalar animatsiya xizmatlarini taqdim etish bilan shug'ullanishni boshladilar. Barchamizga ma'lumki, ko'ngil ochuvchilar sayyohlik korxonalarida, sanatoriy-kurort va boshqa davolash-profilaktika muassasalarida bo'sh vaqtlarini tashkil qilish bo'yicha mutaxassislar soni kam.

Zamonaviy animatsiya tushunchasi biroz kengroq. Turizmدا animatsiya bo'sh vaqtning maxsus dasturlarini ishlab chiqish va ta'minlash sifatida qaraladi. Animatsion dasturlarga sport o'yinlari va musobaqalar, raqs kechalari, karnavallar, o'yinlar, sevimli mashg'ulotlar, ma'naviy sohaning bir qismi bo'lgan tadbirlar kiradi. Shuning uchun turanimator individual va kollektiv animatsion dasturlarni ishlab chiqish bilan shug'ullanadigan mutaxassisi sifatida keng tarqalmoqda.

Animatsiya dasturi deganda umumiy maqsad yoki maqsadga birlashgan turizm, jismoniy tarbiya va dam olish, madaniy, ma'rifiy va ko'ngilochar tadbirlarni o'tkazish rejasini anglatadi. [19]Animatsiya dasturi tushunchasidan tashqari, ko'pincha animatsiya dasturining ajralmas qismi bo'lgan animatsiya hodisasi tushunchasi ishlatiladi. Masalan, agar biz kun uchun animatsiya dasturini tuzsak, unda u bir nechta animatsion tadbirlarni o'z ichiga oladi: sport, kechki o'yin-kulgi, plyajdagi o'yinlar va boshqalar.

Animatsiya dasturlarini ishlab chiqish bu faoliyatning alohida turidir, shuning uchun yuqori malakali animatsiya mutaxassislarini tayyorlash ijtimoiy ahamiyatga ega. Animator individual va jamoaviy dam olish dasturlarini ishlab chiqadi, turistlarni turli xil turlarga yo'naltiradi, ular uchun yaxshi dam olishni tashkil qiladi, bu nafaqat charchoqni yo'qotish vositasi, balki kundalik hayotning salbiy tomonlarini zararsizlantirish vositasidir. Professional animator kompetentsiya, muloyimlik, tashkilotchilik qobiliyati, odamlar bilan ishlash

qobiliyati, yuqori muloqot madaniyati, innovatsion fikrlash, ishbilarmonlik, etakchilik, fantaziya kabi muhim fazilatlarni rivojlantirishi kerak.

1.2. Turistik animatsion faoliyatning funksiyalari

Turizm sohasida qilingan har bir turistik animatsion xizmat destinatsiyalarda yashovchi aholi turmush darajasini oshiradi: pul oqimi, turistik korxonalar va ularning ishchilari daromadining oshishi, maishiy hamda xo‘jalik xizmatlar rivojlantiriladi.

Animatsiyaning o‘ziga xos tomonlari mavjud:

- bo‘sh vaqtda amalga oshiriladi;
- tanlash erkinligi,
- faolligi,
- bir kishi yoki ko‘p sonli guruh tashkil qilishi mumkinligi bilan ajralib turadi;
- turli xil yoshdagi insonlarni jalb qila oladi;
- ijtimoiy,
- sog‘lomlashtiruvchi hamda tarbiyaviy ahamiyatlarga ega.[90]

Animatsion jarayon davomida animator sayyohlarga:

- ✓ ma’lum bir mavzuga yo‘naltirilgan joyni ko‘rish imkoniga (1 vazifa);
- ✓ o‘sha joyda ovoz orqali informatsiyani qabul qilishiga (2 vazifa);
- ✓ ushbu jarayonda o‘zi ishtirok etib ko‘rishiga (3 vazifa);
- ✓ jarayon bilan yaxlitlikni sezishiga (4 vazifa);
- ✓ jarayonga qo‘shilib o‘z malakasini oshirishiga (5 vazifa) yordam beradi.[97]

Animatsion faoliyatning tahlili unda uch bosqichni o‘zida mujassamlashtirgan, bir biri bilan bog‘langan bir qancha elementlar mavjudligini ko‘rsatadi. Bu bosqichlar:

- ijodiy - faoliyatni tashkil qilishdagi ijodiy jarayonlar,
- reproduktiv - tayyor uslublarni amalga oshirish,

- ijodiy-reproduktiv - insonning o'zi uchun yangi bo'lmagan narsadan yangilik olishi.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda, animatsiya - rekreatsion, ijtimoiy-madaniy, ko'ngilochar va boshqa faoliyatlarni insonning hayotiy faoliyatiga jonlantirish, tiriltirish orqali jadallashtiruvchi jarayon degan xulosaga kelsak bo'ladi.

Animatsion turizmning eng asosiy maqsadi: dam olishga bo'lgan ehtiyojni qondirish, uning yaxshi kayfiyati, ijobiy taassurotlari, ma'naviy va jismoniy kuchlarini tiklashidir. Bular animatsiyaning asosiy rekreatsion funksiyalaridan biri. Animatsion turizmning asl mohiyati:

- ✓ turistik xizmat sifatini oshirish va turlarini kengaytirish,
- ✓ doimiy mijozlar sonini ko'paytirish hamda shulardan kelib chiqib
- ✓ turistik korxona daromadini oshirishdan iborat.[100]

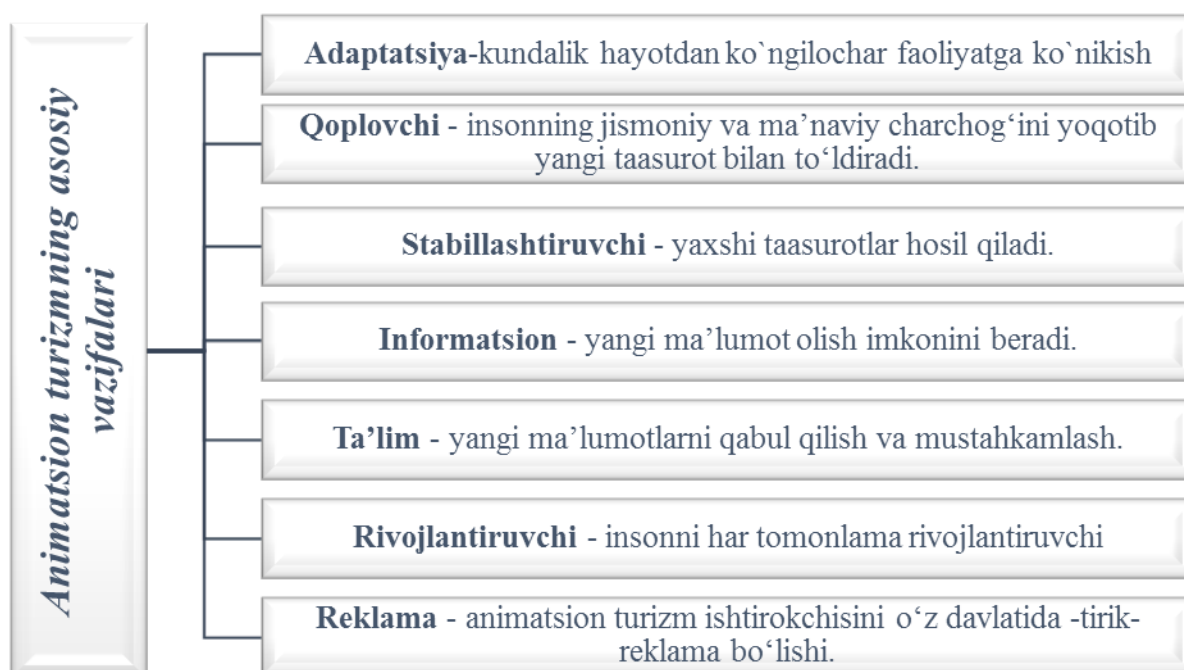
Uch asosiy rekreatsion vazifalardan (davolovchi, sog'lomlashtiruvchi, ma'naviy rohatlantiruvchi) turistik korxona bevosita ikki funksiya - sport-sog'lomlashtiruvchi va ma'naviy rag'batlantiruvchi kabi funksiyalarni amalga oshiradi. Animatsiya amaliyotida animatsion dasturlarning maqsadli dizayni uchun turistik animatsiyaning quyidagi funksiyalarini ajratish mumkin:

- moslashuvchan, bu sizga kunlik muhitdan bo'sh va bo'sh vaqtga o'tishga imkon beradi;
- kompensator, insonni kundalik hayotning jismoniy va ruhiy charchoqlaridan xalos qilish;
- barqarorlashtirish, ijobiy his-tuyg'ularni yaratish va aqliy barqarorlikni rag'batlantirish;
- kundalik ish hayotida zaiflashgan odamning jismoniy kuchlarini tiklash va rivojlantirishga qaratilgan sog'lomlik;
- mamlakat, mintaq, odamlar va hokazolar haqida yangi ma'lumotlarni olish imkonini beradigan ma'lumotlar;
- dunyo haqidagi yangi bilimlarni yorqin taassurotlar natijasida olishga va mustahkamlashga imkon beradigan ta'lim;

- takomillashtirish, aqliy va jismoniy rivojlanish;
- reklama, bu animatsion dasturlar yordamida sayyohni mamlakat, mintaq, turistik kompleks, mehmonxona, sayyohlik agentligi va boshqalar to'g'risidagi reklama tashishga imkon beradi.[67]

Turistik animatsiyaning bunday xilma-xilligi turli xil animatsion faoliyat turlariga, shuningdek animatsion dasturlar va tadbirlarning xilma-xilligiga olib keladi. Amaliyotda animatsion turizmning quyidagi vazifalarini ajratish mumkin:

1.1-chizma. Turizm animatsiyasining asosiy vazifalari



Manba: nazariy ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

Ijtimoiy-madaniy animatsiya tabiatan dam oluvchilarning ehtiyojlari, qiziqishlari va ehtiyojlariga javob beradigan ko'p qirrali xizmat turidir. Ijtimoiy-madaniy animatsiyaning maqsadi - ijodkorlik asosida insonni madaniyat bilan faol tanishtirish, psixologik stressni yengillashtirish uchun sharoit yaratish, shaxsning intellektual imkoniyatlarini ochib berish, tashabbusni bo'shatish, real hayotga kiritishdir.

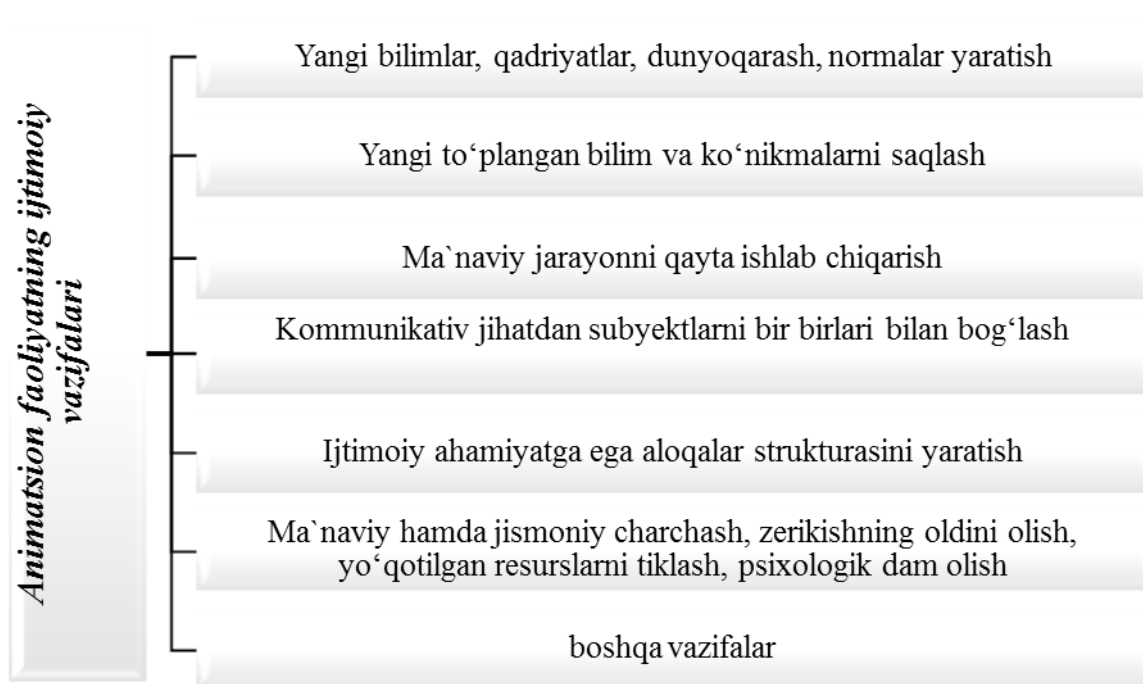
Ijtimoiy-ma'daniy animatsiya o'zida keng qamrovli tarkibga ega: sayyoh hamda dam oluvchi shaxslarning talab, istak, xoxishning xilma xilligi tufayli animatsion dastur bir vaqtning o'zida ham ixcham ham keng qamrovli bo'lishi

zarur. Nomidan kelib chiqib (ijtimoiy-ma`daniy animatsiya), insonlarni madaniyatni o`rganish, undagi jarayonlarga uni jalb qilish, psixologik charchoqlarini chiqarish, intellektual qobiliyatlarini namoyon qilish, tashabbuskorlikni mustahkamlash, real hayotdagi faolligini oshirish kabi vazifalardan iborat.

Animatsion faoliyatning ijtimoiy funksiyalari olimlar tomonidan quyidagicha talqin qilinadi:

- yangi bilimlar, me'yorlar, qadriyatlar va yo'nalishlar ishlab chiqarish;
- yangi bilimlar, me'yorlar, qadriyatlar, yo'nalishlar va qadriyatlarni to'plash va saqlash;
- ruhiy jarayonni uzluksizligini ta'minlash orqali takrorlash;
- faoliyat sub'ektlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni, ularni farqlash va birligini kommunikativ qo'llab-quvvatlash;
- madaniy tarkibiy qismlar vositachilik qilgan munosabatlarning ijtimoiylashgan tuzilishini yaratish;
- ishlab chiqarishdagi charchoqni yo'qotish, yo'qolgan quvvatni tiklash, o'yinlar va o'yin-kulgilar orqali psixologik yengillikni ta'minlash.

1.2-chizma. Animatsion faoliyatning ijtimoiy vazifalari



Manba: nazariy ma`lumotlar asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

Animatsiya xizmatlariga kichik va katta hajmdagi spektakllar, ko'ngilochar dasturlar, raqobatbardosh o'yin dasturlari, teatralizm elementlaridan foydalangan holda alkogol ichimliklar ta'mini ta'tib ko'rish va boshqalar kabi jarayonlar kiradi.

Qayta jonlantirish nafaqat dramatik va ssenariy ishlari, balki sayyohlarni aktyorlikga jalb qilish va ularda ishtirok etish orqali erishiladi.

Jahon turizm olimlarining fikrlariga ko'ra,[150] turizmدا animatsion faoliyatning quyidagi ijobiy ta'siri mavjud bo'lib, ular quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Bevosita (iqtisodiy),
- Bilvosita (oldindan ko'ngil ochishni ko'ra bilish ta'siri),
- Ijtimoiy ta'sir (sayohatgohning nufuzi).

Bevosita ta'sir –mamlakat turizmining iqtisodiyotiga qo'shayotgan iqtisodiy daromadi tushuniladi.

- Kelajakda mehmonlarni jalb qilish hamda maksimal iqtisodiy foyda olishga qaratilgan animatsion faoliyat tekidir;
- Animatsion dasturlarga to'g'ridan to'g'ri haq to'lanadi;
- Animatsion faoliyatlarga haq to'lanmaydi, ammo boshqa xizmatlarning to'lovi orqali iqtisodiy foydaga erishiladi.

Bilvosita ta'sir – tashrif buyuruvchining qiziqishi, ehtiyojlari, xoxish istaklariga ko'ra yaratilgan animatsion dasturlardir. Ana shunday dasturlar uchun aynan tashrif buyuruvchi maskan tanlaydi. Qisqacha qilib aytganda, sayohatgohni reklama qilib, tanitadi, o'ziga sayyoh jalb qiladi.

- Sayyoh destinatsiyasi tanlovi uchun motiv;
- Sayyohning qayta tashrifi;
- Yangi mehmonlarning tashrifi;
- Mavsumiylikni yo'qotish;
- Nomavsumiylikda mehmonxonalardagi zichlik.

Turizmда animatsion faoliyatning ijtimoiy ta'siri – destinatsiyaning nufuzi ortishi orqali belgilanadi. Uning asosiy jihatlari:

- motivatsiya (sayyoh kelishi uchun)
- tashrif buyuruvchilarni yomon havodan saqlash;
- turizm bozorida segmentatsiyalarning ko`payishi;
- turistlar sarf-xarajati orqali aholining daromadi oshishidir.

Albatta bunday ijobiy samaraga erishish uchun turizm animatorlarining o`rni beqiyosdir.[98]

1.3. Turizmda animatsiya turlari va shakllari

"Animatsiya", "rekreatsion animatsiya", "mehmonxona animatsiyasi", "turistik animatsiya" tushunchalari o'rtasidagi farq animatsiya mavjud shakllari va dasturlarining xilma-xilligi bilan bog'liq. Bu xilma-xillik nafaqat mehmonxona biznesida, sayyohlik yo'nalishlarini shakllantirishda, balki umuman zamonaviy hayotda odamlarning bo'sh vaqtlarini mazmunli tashkil qilishda ham namoyon bo'ladi. Turizm animatsiya turistik destinatsiyaning joylashuviga qarab quyidagicha:

1.3-chizma. Joylashuvga qarab turizm animatsiyasi



Manba: nazariy ma`lumotlar asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

Rekreatsiya insonning ruhiy va jismoniy kuchlarini tiklashga qaratilgan bo'sh vaqtlarda amalga oshiriladigan dasturlar turistik korxonalar tomonidan turistlar va mehmonlar ishtirokidagi davlatlar, shaharlar, shahar hokimiyatlari, parklar, klublar va uyushmalarda, tashkilotlar va o'quv muassasalarida amalga oshirilishi mumkin bo'lgan animatsion dasturlardir. Shuning uchun, shahar, klub va park, sanoat va ta'lim muassasalarining (bolalar, yoshlar, talabalar, nafaqaxo'rlar, nogironlar va boshqalar) rekreatsion animatsion dasturlari haqida aytish mumkin.

Dam olish animatsiyasi - bu mahalliy aholining dam olish maskanlari olib borilgan dasturlardir. Bu bizga "rekreatsion animatsiya" tushunchasi "turistik animatsiya" va "mehmonxona animatsiyasi" tushunchalariga qaraganda kengroq ekanligini tasdiqlash huquqini beradi.[181]

Turizmدا animatsion dasturlar sayyohlarning g'iziqishlari, sog'ligiga ta'siri, jinsi, irqi, yoshi, bilim darajasiga qarab animatorlar tomonidan yaratiladi.

Mening fikrimcha animatsion dasturlar yaratilishida sayyohlarning yoshi eng muhim omildir. Chunki ko'pgina dasturlar serharakatli bo'lib, kuch talab etadi. Bu jihat esa yoshga bog'liqdir. Quyida fikrimiz dalili sifatida turistik animatsiyalar turlarini ko'rib o'tamiz.

Turistik animatsiyalar animatsion mashg'ulotlarning shakliga qarab quyidagi turlarga bo'linadi. (1.1-jadval)

1.1-jadval.Mashg'ulotlarning shakliga ko'ra turistik animatsiyalar

Turistik animatsiya turlari	Animatsion mashg'ulotlarning shakli
Turistik-sog'lolashtirish	Sayr- sayohat, turistik musobaqalar
Sport-sog'lolashtirish	Sport musobaqalari, fitness, spartakiada
Yorqin-sog'lolashtirish	Bayramlar, konkurslar, festival, karnaval, yarmarka, diskoteka
Tanishtiruv-sog'lolashtirish	Ekskursiya, lektsiya, suhbatlar,viktorinalar sport, raqs, hunarmandchilik turlarini o'rgatish

Sayyohlar jonlantirilgan muzeylar-ekspozitsiyalarda va diqqatga sazovor joylarni "jonlangan" tarixiy belgilar kutib olganda yoki mehmonxonada kechqurun namoyish tashkil etilib, sayyohlarning bevosita faol ishtirokini ta'minlash muhimdir. Masalan, Plimutdagi (AQSh) birinchi marotaba zerikarli va kamdan-kam tashrif buyurgan birinchi ingliz muhojirlarining muzeyi bugungi kunda ekspozitsiyani to'liq hajmda uy ishlarini, qishloq bog'dorchilikni va hokazolarni bajaradigan jonli qahramonlar yashaydigan ekspozitsiyaning yordami bilan milliy ko'rgazmaga aylandi. [111]

Tematik parklarda, diqqatga sazovor joylar animatsiya multfilm qahramonlari bilan uchrashuvlar kabi super shoularni o'tkazish mumkin.

Birinchi attraksion parklar 60-yillarning oxirida Yevropada paydo bo'lgan. Ammo ular so'nggi yillarda haqiqiy sayyohlik rekordini boshdan kechira boshladilar. [170]Yiliga 10 millionga yaqin mehmon eng yirik ko'ngilochar markazlarga tashrif buyuradi. Bunday sayohatlar oilaviy ta'tilni sevuvchilar, yangi turmush qurganlar va kichik yoshlar guruhlari orasida eng mashhurdir. Qizig'i shundaki, parklarga tashrif buyuruvchilarning aksariyati kattalar, attraksionlar esa bolalar uchun mo'ljallangan, Turli mamlakatlardagi parklarga asosiy tashrif buyuruvchilar chet ellik sayyohlardir. Qiziqarli va hayajonli sayohatlar bilan bir qatorda, tematik parklarning asosiy jozibali xususiyati - bu atrofdagi harakatlardir. Masalan, Amerikadagi Uolt Disney bog'i - bu Amerika miqyosida qurilgan haqiqiy dam olish va ko'ngil ochish sanoatidir. Uning turistik mahsulot sifatida o'ziga xosligi shundan iboratki, u nafaqat ko'ngilochar, turar joy, ovqatlanish, ta'lim va o'z hayoti uchun mo'ljallangan, infratuzilmaga ega, unda sayyohlar parkda va turli multfilm qahramonlarining diqqatga sazovor joylari orasida bemalol dam olishlari mumkin. Disney qahramonlari bilan o'ralgan muhit sayyohlar uchun nonushta va kechki ovqatni jalb qiladi. Bundan tashqari, har qanday pulga siz kechayu kunduz bo'lgan ertak tuyg'usini sotib ololmaysiz.

Tizimli yondashuv nuqtai nazaridan, turistik animatsiya - bu aloqa, harakat, madaniyat, ijod, yaxshi vaqt, o'yin-kulgiga aniq turistik ehtiyojlarni qondirish hisoblanib, ushbu ehtiyojlar doirasi juda keng, chunki ta'tilga chiqadigan odamlar ushbu kontsepsiyada mutlaqo boshqacha ma'noga ega: kimdir uchun dam olish sayohat, boshqalar uchun kitob o'qish, o'rmonda yurish, baliq ovlash va boshqalar. va turistik xizmatlar amaliyotida sayohatni rag'batlantirish, turistlarning (dam oluvchilarning) har xil ehtiyojlarini qondiradigan quyidagi animatsiya turlari shakllanadi:

- harakatda animatsiya - zavq va yoqimli tajribalar bilan birlashtirilgan zamonaviy odamning harakatda bo'lgan ehtiyojini qondiradi;
- tajriba orqali animatsiya - yangi, noma'lum, kutilmagan aloqada, kashfiyotlarda, shuningdek qiyinchiliklarni engishda sezgi ehtiyojini qondiradi;
- aloqa orqali animatsiya - yangi, qiziqarli odamlar bilan muloqot qilish, odamlarning ichki dunyosini ochishda va muloqot orqali o'zini bilish ehtiyojlarini qondiradi;
- taskin berish orqali animatsiya - odamlarni kundalik charchoqdan xotirjamlik, yolg'izlik, tabiat bilan aloqa orqali psixologik yengillik, shuningdek tinchlik va "dangasalik" ehtiyojlarini qondiradi;

Madaniy animatsiya - madaniy, tarixiy obidalar va mamlakat, mintaq, xalq, millat madaniyatining zamonaviy namunalari bilan tanishish orqali odamning ma'naviy rivojlanishidagi ehtiyojlarini qondiradi;

- ijodiy animatsiya - insonning ijodga bo'lgan ehtiyojini qondiradi, ijodiy qobiliyatini namoyish etadi va birgalikda ijodkorlik orqali tengdoshlar bilan aloqa o'rnatadi.

Haqiqiy animatsiya dasturlari tabiatda ko'pincha murakkabdir va sanab o'tilgan animatsiya turlari ushbu dasturlarning tarkibiy qismidir.

Animatsiya dasturlari nafaqat ko'ngilochar tadbirlar bilan bir qatorda turli xil sport o'yinlari, mashqlar va musobaqalarni o'z ichiga oladi. Bunday kombinatsiya ushbu dasturlarni yanada qizg'in, qiziqarli va salomatlikni tiklash

uchun foydaliroq qiladi, shuning uchun sayyohlik animatsiyasi va sport munosabatlarida eng katta tiklovchi va davolovchi ta'sirga erishiladi.

Turistik va mehmonxona animatsiyalari dam olish turlari bilan chambarchas bog'liq, chunki mehmonxonalar, sayyohlik majmualari va sanatoriylarda animatsion dasturlarning, shuningdek ixtisoslashtirilgan animatsion turlarda odamlarning dam olishlari, ularni kundalik tashvishlaridan chalg'itishi va kayfiyatini ko'tarishi, ya'ni hayotiylik va energiyani tiklashda yordam beradi.[147]

Animatsion dasturlarni tayyorlashda turistlarning millati, yoshi, jinsi, soni (individual, guruh, massa), shuningdek sayyohlarning faol ishtiroki xususiyatlari hisobga olinadi.

Turistik animatsiya umumiy sayohat dasturidagi animatsion faoliyatning ahamiyati, ustuvorligi va hajmiga ko'ra uchta turga bo'linadi (turistik mahsulotda):

- *Birinchi tur.* Animatsiyalangan turistik yo'nalishlar - bitta animatsiya dasturi yoki turfa xil geografik joylarda taqdim etiladigan bitta animatsiya xizmatidan (dasturidan) boshqasiga o'tishda sayohat shaklida joylashtirilgan doimiy animatsion jarayon.

Bunday holda, animatsiya dasturi maqsadli, ustuvor va turistik xizmatlar to'plamida nafaqat jismoniy hajm jihatidan, balki aqliy quvvatni rag'batlantiradigan tarkibda ham ustundir. Bunday animatsion dastur turizm mahsulotida narxlarni shakllantirish omilidir. Odatda, bunday dasturlar individual yoki bir xil turistik guruhlariga mo'ljallangan bo'lib, ularni umumiy qiziqish (professional, sevimli mashg'ulot) birlashtiradi.

Bunday animatsion dasturlarga quyidagilar kiradi: madaniy-informatsion va tematik, folklor va adabiy, musiqiy va teatr, badiiy va ilmiy, festival, karnaval va sport, yoki, masalan, turli mamlakatlarda joylashgan kazino markazlariga ekskursiyalar.

- *Ikkinchi tur.* Texnologik tanaffuslar paytida qo'shimcha animatsiya xizmatlari turistik to'plamda ko'rsatilgan asosiy turistik xizmatlarni "qo'llab-

quvvatlash" uchun mo'ljallangan, boshqa joyga ko'chirish, yo'lda kechikish va ob-havo yomon bo'lgan holatlarda ishlaydigan dasturlar (sportni tashkil qilishda va havaskorlik turlari, plyajdagi kurortlarda), shuningdek, chang'i kurortlarida qor bo'lmasa va hokazo.

- *Uchinchi tur.* Mehmonxona animatsiyasi - bu turistik agentning turist bilan shaxsiy aloqalari va ularning turistik kompleksning animatsion dasturi tomonidan taqdim etiladigan ko'ngilochar tadbirlarda birgalikda ishtirok etishiga asoslangan keng qamrovli hordiq chiqarish xizmati. Maqsad mehmonxonalar xizmatining yangi falsafasini amalga oshirish - xizmat ko'rsatish sifatini va qolgan turistlar tomonidan qoniqish darajasini oshirish. Asosiy jozibador xizmatlardan biri sifatida mehmonxonaning marketing strategiyasida ishlatiladi.

Mehmonxona animatsiyasi mehmonlarni mehmonxonaga jalb qilishning samarali vositalaridan biridir. Bu mehmonxonaning ijobiy bahosiga ta'sir qiladi. Bu mijozga qo'shimcha xizmatlarning bir turi sifatida taqdim etilib, uning maqsadi unda ijobiy his-tuyg'ularni uyg'otish, dam olishdan qoniqish hissi va yana mehmonxonaga kelish istagini uyg'otishdir.

Mehmonxona animatsiyasi bu uch turning eng toridir, chunki u faqat turistik joylashuvda dam olishni tashkil qilishni o'z ichiga oladi. Boshqacha aytganda, mehmonxonalarda animatsiya xizmatini tashkil qilish - bu mehmonxonalar tomonidan sayyohlarga taqdim etiladigan ko'ngilochar, hordiq chiqarish dasturlar majmuasidir. [29]

Mehmonxona xo'jaligining umumiy animatsion dasturi bir nechta yo'nalishlarni o'z ichiga oladi:

- Sport va fitness maydoni. Sport animatsiyasining markazida sog'lom turmush tarzi yotadi. Salomatlikni saqlash va targ'ib qilish sport animatsiyasining asosiy funksiyalari hisoblanadi. Turistlarni ko'ngil ochishga qaratilgan turli xil tadbirlar sport, musobaqalar uchun alohida ahamiyatga ega bo'lib, hozirgi paytda bu sohada odamlar tomonidan yaratilgan barcha narsalardan foydalanish mumkin. Bu allaqachon ma'lum sharoitlar va qoidalar bilan hamma uchun tanish bo'lgan o'yin; va aloqa jarayonida aynan shu yerda ishlab chiqilgan mutlaqo yangi;

modernizatsiya qilingan, ushbu holatga moslashtirilgan va ta'tilga chiqqanlardan kimdir tomonidan taklif qilingan dastur bo'lishi mumkin. O'yinlarda animatorlar o'yinchi, boshlovchi va hakam sifatida ishtirok etadilar. Ularning vazifasi qiziqishni qizdirish va o'yinning borishini kuzatish, mumkin bo'lgan mojaroli vaziyatlarni hal qilishdan iborat. O'yin davomida animator qoidalarini aniq belgilaydi, uning uzluksizligini, xavfsizligini ta'minlaydi, tashkillashtirilgan boshlanishi va tugashi majburiy natija va g'oliblarni e'lon qiladi. Animatorlar shunday shijoat va hayajonli muhitni yaratadiki, yaqin atrofdagi sayyohlar diqqat-e'tiborni o'yinga qaratadilar va asta-sekin bu jarayonga jalb etiladilar.

Mehmonxonalarda animatsiyaning muhim yo'nalishlaridan biri bu bolalar uchun animatsiyadir. Mehmonxonada mini-klubning mavjudligi mehmonxonaning foyesida, asosiy restoranga yoki plyajga kirish joyida o'rnatilgan katta rangli stend bilan xabardor qilinadi, bu ish jadvali va bolalar uchun bo'lajak tadbirlar bo'lib, mehmonxonaga kiraverishda mehmonlar u yerda tez yurishlari va u yerda aniqlanishlari mumkin. Ish rejasi, shuningdek mehmonxonada animatsion faoliyatning bosh rejasi oldindan tayyorlanadi va, ehtimol, bolalar kontingenti va boshqa sharoitlarga qarab, dars davomida tuzatiladi. Shu munosabat bilan ular muvaffaqiyatli birlashtirilishi va bolaning rivojlanishi uchun zarur bo'lgan sport va madaniy tadbirlarning maqbul soniga ega bo'lishi kerak.[43]

Mini-klubda animator sifatida ishlash - bu juda mushkul kasb bo'lib, bu odam turli yoshdagi bolalarning bir qator fiziologik va psixologik xususiyatlarini hisobga olishi, har qanday bola unga qiziqishi uchun sharoit yaratishi va o'zini shaxs sifatida namoyon qilishi va amalga oshirishi kerak. Bolalar bilan samarali ishlashni tashkil qilish uchun yoz oylarida va yomon ob-havoda bolalarni dam olish uchun mos xonalar, zarur rasmlar, modellashtirish, tashqi va o'quv o'yinlari va boshqalar uchun jihozlar bilan jihozlash kerak. Har bir kun har doim tanishish bilan boshlanadi (bolalar bir davrada turishadi, o'z ismlarini aytadilar, boshqalarning ismlarini takrorlaydilar va eslaydilar) va o'zlarining mavzulariga ega bo'lib, ular sport va ma'rifiy tadbirlar va

musobaqalarda namoyon bo'ladi, birgalikda kichik spektakllar, konsertlar va bayramlarda o'tkaziladi. Mehmonxonadagi mini-klubning faoliyati ijodiy va mashaqqatli jarayon bo'lib, bolalar animatorining vazifasi nafaqat bolalarning bo'sh vaqtlarini tashkil qilish, ularning bilim, jismoniy va ruhiy sohalarini rivojlantirish, balki har kuni bolani mini-klubda o'tkazadigan maskandir.

Mehmonxonadagi madaniy va hordiq chiqarish tadbirlari-Mehmonxonalarda turistik xizmatlarni madaniy va dam olish animatsiyasining asoslari: tadbirlarni tashkil etishga kompleks yondashuv, ushbu tadbirlarni tanlash erkinligi, teatralizatsiya: turli xil texnik vositalardan foydalanish (tasvir, ramziylik, metafora, stilizatsiya) va san'atning barcha turlari (rasm, musiqa, adabiyot). voqealar jarayoni ssenariy, personifikatsiya bilan belgilanadi.

Bunday tadbirlarni tashkil etishning an'anaviy shakllariga quyidagilar kiradi:

- karnaval (ko'cha namoyishi, parad, maskarad ko'rinishidagi bayramlar),
- Raut (odamlar yig'lishi, rejalashtirilmagan o'yinlar);
- ziyofat (insonlarning ommaviy uchrashuvi);
- misteriya (diniy tarkibdagi spektaklning teatrlashtirilgan namoyishi);
- raus (tomoshabinlarni taqdimot, madaniy va hordiq dasturlariga taklif qilish uchun tashkillashtirilgan tadbir);
 - marosim (qat'iy tartibda o'tkaziladigan diniy marosim);
- shou tomoshalari, ommaviy shou.

Mehmonxonada ko'ngilochar dasturni muvaffaqiyatli yaratish uchun bir qator mezonlarni aniqlash kerak, xususan:

- tomoshabinlar uchun maxsus atmosfera va hissiyotlar yaratiladigan janr (drama, klounada, musiqiy va boshqalar). Shu bilan birga, raqamlar va parchalarni bitta rasmda tuzilishini birlashtirilishi kerak.
- kayfiyatni ko'taradigan va uning mohiyatini ochib beradigan shou nomi;
- ssenariy rejasi, unda elementlar, qismlar, ularning rivojlanishi jarayonida voqealar, belgilar, ularning o'zaro munosabati va harakati ko'rsatilgan. U yerda tanaffus bo'lishi kerak;

- skript, ya'ni ssenariy rejasi elementlarini batafsil yoritish, shuningdek adabiy qism ustida ishlash - monologlar va dialoglarni o'rganish, nutq uslubini o'rganish;
- rejisyorlik rejasi - adabiyotni harakat tiliga tarjima qilish (agar u badiiy asarga asoslangan bayon bo'lsa), doimiy zanjirni yig'ish va muvofiqlashtirish, texnologiyalar, yorug'lik va ovoz bilan ishlash.[180]

Bundan tashqari, ushbu harakat qayerda (yozgi platformada, barda, hovuz yonida) o'ynash muhim, sur'at, ritm, ajoyib daqiqalarni kiritish va mashg'ulot davrini aniqlash.

Kechki tomoshalar mehmonxonaning ko'ngilochar dasturining muhim qismidir. Ular tarkibiy, ishlab chiqarish, kiyim-kechak va barcha ta'til oluvchilar uchun qiziqarli bo'lishi kerak. Qoida tariqasida, unda barcha animatorlar ishtirok etadi. Tashkilotchilar har bir spektaklni yorqin, rang-barang va esda qolarli qilishga intiladilar, ularning har biri o'ziga xos jo'shqinlikka ega bo'lishi kerak.

Kechki shoular ko'rinishida juda farq qiladi: bu aktyorlar, animatorlar o'ynagan kichik kundalik sahna va jiddiy teatrlashtirilgan tomosha bo'lib, unda tomoshabinlar, ma'lum bir rolga oldindan taklif qilingan mehmonlar ishtirok etishlari mumkin.

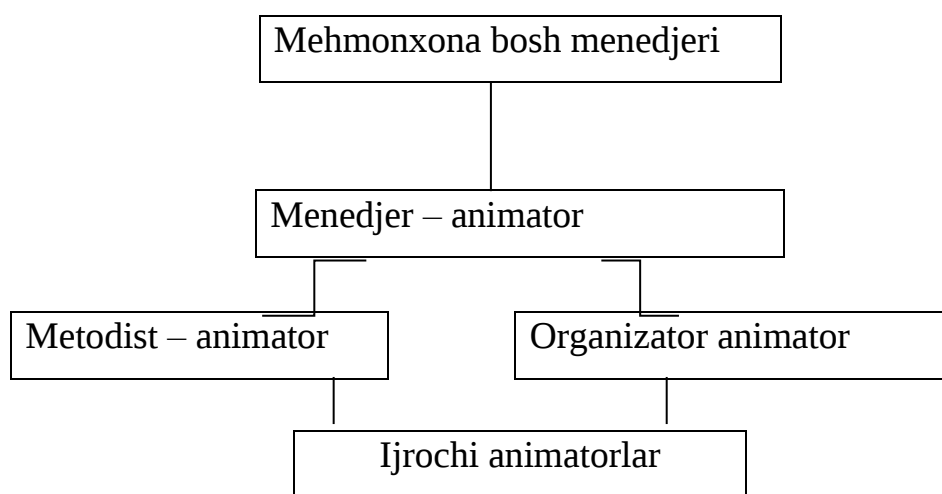
Ko'rgazmadan tashqari, kechki ko'ngilochar dastur turli tanlovlar, viktorinalar, lotereyalarni ham o'z ichiga oladi. Odatda, mehmonxonada katta kechki kafe tashkil etiladi, u yerda kechki ovqatdan keyin sayyohlarning ko'p qismi dam oladilar. Ular uchun barcha turdagi o'quv viktorinalari, masalan, "Bingo" lotereyasi, eng yaxshi juftlik uchun tanlovlar, "Miss mehmonxonasi", "erkaklarga qarshi ayollar" va boshqalar kabi tanlovlar, kofe-o'yinlar lotereyalari oddiy va original tarzda o'tkaziladi, mehmonxonalar hisobidan sovg'alar ulashiladi. Bundan tashqari, animatorlarda tadbir davomida ishlatilishi mumkin bo'lgan juda ko'p turli xil o'yinlar mavjud.

Animatorlar (ko'pincha yoshlar) sayyohlar bilan doimiy ravishda ishlaydi. Bu ishchilarning asosiy vazifasi odamlarning zerikishiga yo'l qo'ymaslikdir. Sayohat qiluvchi sayyohlar nafaqat ularning madaniyati, urf-odatlarini, dunyo

xalqlarining urf-odatları, insoniyatning badiiy madaniyatining noyob yodgorliklari, dunyo va milliy adabiyot, musiqa, teatrning eng yaxshi namunalari bilan tanishish istagi bilan birlashadi, balki dam olish va dam olish istagi bilan birlashadi.

Animatsiya tizimidagi asosiy narsa animatsiya menejeri. U to'g'ridan-to'g'ri bosh menejerga hisobot beradi, u esa o'z navbatida mehmonxona egasiga hisobot beradi.[18] Quyida mehmonxona animatsiyasini tashkil etuvchilar ko'rsatilgan.

1.4-chizma. Mehmonxona animatsiyasini tashkil etuvchilar



Manba: nazariy ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

Keng profilli mutaxassis sifatida animatsiya faoliyati menejeri aholining turli guruhlarining ijtimoiy-madaniy manfaatlarini aniqlash, qondirish va rivojlantirish, ularni amalga oshirish uchun maqsadli animatsiya dasturlari va ijtimoiy texnologiyalarni ishlab chiqish, turizm sohasidagi innovatsion harakatlarni rag'batlantirish, animatsiya faoliyatini tashkil etishning iqtisodiy mexanizmlarini boshqarish va samarali pedagogik texnikalarni joriy etishga chaqiriladi. madaniy va estetik ijodni rivojlantirish.

Mutaxassis animatorning asosiy xususiyati shundaki, sotsiologiya, iqtisodiyot, siyosiy fanlar, huquqshunoslik, menejment nazariyasi, yo'naltirish asoslari va boshqa bir qator ijtimoiy ahamiyatga ega va juda obro'li fanlarni bilish bugungi kunda o'z-o'zidan emas, balki ijtimoiy-madaniy faoliyatni amalga oshirishning muhim vositasi sifatida tanishishdir.

Animatsiya menejeri u ishlaydigan vaqtincha jamoani boshqarishning psixologik va pedagogik asoslarini bilishi, yoshi, tarkibi, ma'lumoti, ijtimoiy mavqei jihatidan turlicha bo'lgan turistik guruhlarining etakchisi bo'lishi va boshqalarning fikriga ta'sir ko'rsatishi kerak.

Etakchilikka moyillik muhimdir, ya'ni: tashabbuskorlik, boshqalarning e'tiborini jalb qilish va yo'naltirish, ularga echim taklif qilish, o'z tarafdorlarining tilida gapirish qobiliyati mavjud bo'lishi kerak.

Animatsiya menejerlari yuqori ishbilarmonlik fazilatlariga ega bo'lishi, odamlar psixologiyasini chuqur bilishi, yaxshi tashkil etilgan mexanizmda amaliy ko'nikmalarga ega bo'lishi kerak.

Animatsiya menejeri quyidagilarga bo'ysunadi:

- ssenariy va shoularni tayyorlash, liboslar tayyorlash va mashg'ulotlarni o'tkazish bilan shug'ullanadigan metodist-animator (xoreograf);
- animatsiya jarayonini tashkillashtirishni zarur bo'lgan barcha narsalar bilan ta'minlaydigan tashkilotchi-animator.

Yangi mavsum boshida menejer-animator butun mavsum uchun animatsiya dasturini tasdiqlaydi. Haftaning har kuni (soatlar bo'yicha) aniq tadbirlar jadvali tuziladi va jamoaning har bir a'zosi ularni amalga oshirish uchun muayyan majburiyatlarga o'z bo'yniga oladi.

To'g'ridan-to'g'ri jamoaning a'zolaridan tashqari, rassom (agar u animatorlar orasida bo'lmasa) spektakllarni yanada yorqinroq va rang-barang qilishga yordam beradi, spektakllar uchun manzarani tartibga soladi, ular uchun e'lonlar, plakatlar va boshqa materiallarni tayyorlaydi va kechki liboslarni tikadigan va javobgar bo'lgan tikuvchi animatorlaridir.

Animator bo'lish oson ish emas. Animator dastlab muayyan ish ko'nikmalari va malakaga ega bo'lishi kerak, shuningdek bu ish uchun psixologik jihatdan tayyor bo'lishi kerak. Bularning barchasi yangi boshlanuvchilarga o'rgatiladi - til to'sig'ini yengishdan tortib, sizning xarakteringizni o'zgartirish san'atiga qadar. Bundan tashqari, raqsga tushish, mavsumga mo'ljallangan dasturni ishlab chiqish, sport o'yinlari va

musobaqalarni o'tkazish bo'yicha maxsus seminarlar va mahorat darslari o'tkaziladi.

Ta'kidlash joizki, turistik va mehmonxona animatsiyasini boshqarish o'ziga xos xususiyatlarga ega, chunki:

- turistik va mehmonxona majmualari - turistlarga cheklangan turistik to'plamda xizmat ko'rsatadigan yopiq texnologik sikl korxonalari;
- animatsion dasturlarni ishlab chiqish va amalga oshirish uchun juda qisqa vaqt ajratiladi;
- animatsiya xizmatlaridan foydalanuvchilarning yoshi va jinsi, etnik, diniy va boshqa xususiyatlari bo'yicha farq qiluvchi tarkibi doimo o'zgarib turadi.[77]

Mehmonxona animatsiyasining bo'lg'usi menejeri mehmonxona animatsiyasini boshqarishda menejmentning predmeti va ob'ekti nima ekanligini, ushbu kichik tizimlarning o'zaro aloqasi qanday ishlashini aniq bilishi kerak, bu animatsiya faoliyatini rejalashtirish funksiyalari, uni tashkil qilish, rag'batlantiruvchi animator va rejalarning bajarilishini nazorat qilish tushunchalariga kiritilgan.

Yuqorida aytilganlarning barchasini sarhisob qilsak, turizmni jonlantirish formulasi sifatida quyidagi kompleksni tuzish mumkin:

qiziqishdan foydalanish + ko'rgazmani jonlantirish + sayyohlarni harakatlarga jalb qilish + turli ko'ngilochar tadbirlar[180]

Asosiy vazifa turistni qiziqtirishi, o'zini dasturning ishtirokchisi deb his qilishi va o'zining eng yaxshi dam olishi sifatida eslashi uchun qulaylik yaratishdir.

Shunday qilib, animatsion dasturlar mehmonlarning ko'nglini olish, sog'lig'ini tiklash uchun animatorlar tomonidan yaratiladi. Biroq, xuddi shu dastur ba'zi odamlarda ijobiy his-tuyg'ularni keltirib chiqarishi mumkin, boshqalarida esa aksincha. Taklif qilinayotgan animatsion dasturlarni idrok etish jarayoni ko'plab omillarga bog'liq:

- ishtirokchilar yoki tomoshabinlarning yoshi;
- ma'lumot darajasi;

- jinsi;
- millati;
- ushbu dasturni amalga oshirish paytidagi kayfiyat va boshqalar.

Shuning uchun ushbu xizmatlarning iste'molchilarini oldindan farqlash, turli xil didlarni qondirish uchun bir nechta dasturlar yoki tadbirlarga ega bo'lish juda muhimdir.

I bob bo'yicha xulosa

I bobda men animatsiyani tushunchasini, uning turlari, shakllari, tipologiyasi haqida yozdim. Unga ko'ra: turizmدا animatsiya - xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga qaratilgan xizmat turidir va shu bilan birga bu reklama, mehmonlar va ularning do'stlarini qayta jalb qilishning o'ziga xos turidir, shuningdek uning maqsadi turistik sanoatning daromadliligi va rentabelligini oshirish uchun turistik mahsulotni bozorga chiqarishdir.

Turistik animatsiya - turistik xizmat, uni taqdim etish bilan sayyoh faol harakatlarga jalb qilinadi. Bu animatorning sayyohlar bilan shaxsiy aloqalariga, ularning turistik kompleksning animatsion dasturida taqdim etiladigan ko'ngilochar tadbirlarda birgalikda ishtirok etishlariga asoslanadi. Bu turistik kompleksda, mehmonxonada, kruiz kemasida, poezdda amalga oshiriladigan turistik faoliyat turidir, u maxsus ishlab chiqilgan hordiq chiqarish dasturlarida qatnashish orqali turli tadbirlarga jalb qilinadi.

Animatsion turizmning eng asosiy maqsadi: dam olishga bo'lgan ehtiyojni qondirish, uning yaxshi kayfiyati, ijobiy taasurotlari, ma'naviy va jismoniy kuchlarini tiklashidir.

II BOB XORIJIY MAMLAKATLARDA TURIZM ANIMATSIYASI TAHLILI

2.1. Xorijiy mamlakatlarning turizm animatsiyasi

Bugungi dunyoda ko'ngilochar animatsion tadbirlar, ertakona gladiator janglari va ot poygalari kabi tadbirlar turizmdan katta biznesga aylandi. O'yin-kulgi va xordiq chiqarish tadbirlari doimo turizmda birinchi o'rinda turadi. Kazinolar, mashhur qahvaxonalar, barlar, diskotekalar, klublar, kinoteatrlar, konsertlar ko'pincha sayohat qilish uchun sababdir. [126]Yevropaning janubiy mintaqasidagi ko'plab mehmonxonalar mehmonlarni xushnud etish va ko'ngil ochish uchun o'z dasturlarining bir qismi sifatida ko'ngilochar shoularni tashkil etishgan. Ular eski mijozlarni saqlab qolish va o'z xizmatlariga yangi mijozlarni jalb qilish uchun taassurotga juda ko'p e'tibor qaratishlari kerakligini tushunadilar, ya'ni mehmonxona yoki kurort kabi turar joy bilan ta'minlangan barcha xizmatlar mijozning qoniqish darajasini belgilaydi. Bu turar-joylarda ta'tilni o'tkazish uchun sarflangan pulning maksimal qiymatini olishning doimiy ta'sirini qoldiradi. Yana bir kuchli sayyohlik magniti bu jonli o'yin-kulgi hisoblanadi. Yirik ko'rgazmalar ko'plab xalqaro sayyohlarni jalb qiladi. 1993 yilda Parijdagi Musey-Orseyda bo'lib o'tgan "Impressionizmning yuz yilligi" ko'rgazmasida 1,1 million kishi Barnes jamg'armasining ko'rgazmasiga tashrif buyurgan, Germaniyada Barns kolleksiyasining keyingi namoyishi shu qadar olomonni jalb qilganki, to'plamni namoyish etuvchi muzey sayyohni bir qancha muddatga qolishga majbur qilgan. Jonli shoular va tomoshalar ko'pincha ta'tilning asosiy diqqatga sazovor joyi va sababidir. Bunga 2010 yil 15 oktyabrda Xelsinki shahrida bo'lib o'tgan Amerika Qo'shma Shtatlarining taniqli san'atkorining konserti misol bo'la oladi. G'arbiy Finlyandiya dan ikki yosh qizlar (sayyohlar) rassomning sahnada chiqishlarini ko'rish uchun Xelsinki ga 450 kilometrdan ko'proq masofani bosib o'tishlari kerak edi. Ushbu sayohat ichki turizm sifatida qabul qilinadi. Turli xil turar joylarda konsert o'tkazilayotgan

davrdav ushbu ob'yekt xonalarining sotilishini ko'paytiradi. Tadbir o'tkaziladigan destinatsiya, shahar yoki shahar atrofi konsert o'tkazilishidan olinadigan foyda uchun o'z ulushiga ega. [170]Kichik biznes, Savdo majmualari, restoranlar va boshqa kichik xizmat ko'rsatish sohalari singari, konsert davrida ularning biznesi o'sishi kuzatiladi; ular odatda ko'proq mijozlarni qabul qiladilar. Odamlar atrof-muhitdan zavqlanib, o'zlarining sevimli musiqachisi yoki artistining chiqishlarini ko'rish uchun bir markazda yig'ilishadi. O'tkaziladigan joyga yetib borish uchun ular turli transport vositalarini, jumladan temir yo'l, avtomobil yo'llari, dengiz va havo vositalaridan foydalanadilar. Odamlarni tashish uchun ushbu tizimlar biznesning professionallari tomonidan ortib borayotgan trafik va savdodan zavqlanadilar.

Dunyo iqtisodiy forumida 2017 yil turizm va sayohat raqobatbardoshligi to'plamida bir qancha olimlar tomonidan dunyo turizmi o'rganilib chiqqan. Unga ko'ra turizm va sayohatni quyidagi bo'limlarga bo'lib o'rganish va baholash mezonini ko'rsatilib o'tilgan[204] va aynan animatsion turizmni tabiiy va madaniy- ma'rifiy resurslar mezoniga kiritgan.

2.1-chizma. Turizm va sayohat raqobatbardoshligi ko'rsatkichlari



Manba: 2017 yil turizm va sayohat raqobatbardoshligi to'plamidan[204]

Bu ko'rsatkichlar asosida har bir davlatning turizmdagi ulushi batafsil tahlil qilib o'tilgan. Tabiiy va madaniy-ma'rifiy resurslar ko'rsatkichida animatsion turizmni qanchalik rivojlanganini aniqlab beruvchi mezonlar bor. Unga ko'ra bu mezonlar sayohat qilish uchun motiv deb ta'kidlanib o'tiladi.

2.1-jadval.Dunyoda tabiiy resurslari bilan mashhur davlatlar o'ntaligi

O'rinlar	Davlatlar	Baholash mezoni (max.7 ball)
1	Braziliya	6.13
2	Meksika	5.63
3	Kosta Rika	5.43
4	Peru	5.27
5	Xitoy	5.25
6	Avstraliya	5.21
7	Tailand	4.95
8	Tanzaniya	4.93
9	Ispaniya	4.91
10	AQSH	4.90

Manba: 2017 yil turizm va sayohat raqobatbardoshligi to'plamidan

Bu jadvalda ko'rib turibmizki, Braziliya (6.13), Meksika (5.63) va Kosta Rika (5.43) davlatlari eng yuqori ko'rsatkichlar asosida tabiiy resurslari: mamlakatdagi tarixiy obyektlar, tabiiy yer resurslari, hayvonot va o'simliklar dunyosi bilan dunyoga mashhur ekanligi tahlil etilgan.

2.2-jadval. Dunyoda madaniy-ma'rifiy va biznes sayohat resurslari bilan mashhur davlatlar o'ntaligi

O'rinlar	Davlatlar	Baholash mezoni (max.7 ball)
1	Xitoy	6.94
2	Ispaniya	6.85
3	Fransiya	6.75

4	Yaponiya	6.53
5	Italiya	6.46
6	Germaniya	6.28
7	Buyuk Britaniya	5.96
8	Braziliya	5.75
9	Hindiston	5.28
10	Meksika	5.26

Manba: 2017 yil turizm va sayohat raqobatbardoshligi to'plamidan

Jadvalda madaniy-ma'rifiy va biznes sayohat resurslari: madaniy obyektlar, xalqaro konferensiyalar, ko'ngilochar va madaniy sport stadionlar, madaniy- ma'rifiy meroslar bilan Xitoy (6.94), Ispaniya (6.85) va Fransiya (6.75) ko'rsatkichlar asosida 140 davlat orasida [204] top uchtalikdan joy oldi.

Bu o'tkazilgan tadqiqot natijalari dunyoning 140 mamlakati orasida olib borildi. Afsuski, ular o'rtasida O'zbekiston mavjud emas. Hozirgi davrda rivojlanayotgan davlatlar: Xorvatiya hamda Bolgariya turizmni rivojlantirish uchun ko'proq e'tiborni turistik animatsion xizmatlarga qaratgan.

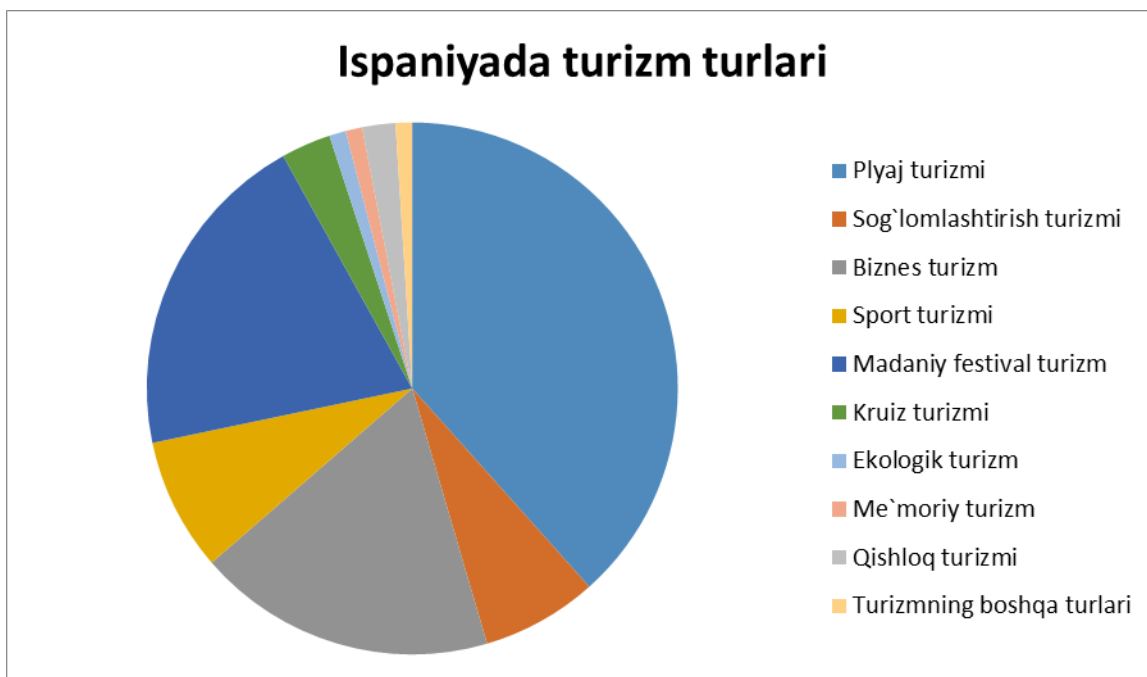
2.2. Ispaniyada turizm animatsiyasining rivojlanishi tahlili

Ispaniya turizmi bilan dunyoga mashhur davlatdir. Ispaniya – Yevropa hududiga kiruvchi eng tog'li mamlakat hisoblanadi. Geografik jihatdan Yevropaning janubi-g'arbida Pireney yarimorolida joylashgan, O'rta Yer dengizidagi Balear, Atlantika okeanidagi Kanar orollari, Afrikaning shimoliy qirg'og'idagi Seuta va Melilya shaharlari va unga yondosh Velesdele Gomera, Alu-Semas, Chafarinos orollari ham Ispaniyaga qarashli. G'arbda Portugaliya (chegara uzunligi — 1214 km), shimolda Fransiya (623 km) va Andorra (65 km), janubda Gibraltar (1,2 km) bilan chegaradosh.[206]

Bir qancha tarixiy obyektlari, o'ziga xos tabiat va bir qancha festivallari bilan sayyohlarni o'ziga jalb qiladi. Ispaniyada deyarli turizm turlarining barchasi rivojlangan. Eng ko'p sayyohlarni jalb etuvchi turlari bu: plyaj turizmi,

karnaval-festival turizmi, tarixiy-madaniy turizm, MICE turizm, kurort turizmi, sport turizmi, biznes turizmi kabilardir.[2.2 chizmaga qarang]

2.2-Chizma



Manba: <http://scb.es/en/why-spain/spain-a-global-tourist-power/>

Ispaniya airoporti har yili 230 mln yo'lovchi sayyohlarni qabul qiladi. Suv transportlari bo'yicha esa 8.6 yo'lovchi sayyohlarni qabul qiladi. Butun jahon turizm tashkiloti (UNWTO) ning bosh ofisi ham Ispaniyada joylashgan.

Ispaniya qabul qilgan sayyohlar soni bo'yicha 2018 yilda navbatdagi rekordni o'rnatdi: 2018 yilda ushbu davlatga 82.6 mln kishi tashrif buyurgan. Bu haqda Ispaniya sanoat, savdo va turizm vaziri Reyyes Maroto ma'lum qildi. Bu ko'rsatkich 2017 yilgiga nisbatan 0.9 foiz yuqoriroq bo'lgan.[195]

Ispaniya sayyohlarni qabul qilish bo'yicha Fransiyadan keyin ikkinchi o'rinni egallaydi. 2017 yilda Fransiyada 87 mln kishi bo'lgan, Ispaniyada sayyohlar 2018 yil davomida 89.7 mlrd yevro pul sarflashgan. Bu qiymat 2017 yilgiga nisbatan 3.1 foiz ko'proq bo'lgan. Har bir sayyoh o'rtacha 1082 evro sarflagan. 2019 yilda iyul oyida, Ispaniya milliy statistika instituti (INE) ma'lumotlariga ko'ra, mamlakatga jami 9.9 million chet ellik sayyoh tashrif buyurgan, bu 2018 yilning shu davriga nisbatan 1.3 foizni tashkil etadi.

Shu bilan birga, sayyohlik xarajatlari o'sishda davom etdi. Chet eldan Ispaniyaga kelganlar sayohatchilar 11.98 milliard evro sarfladi, bu 2018 yilning iyul oyiga nisbatan 2 foizga ko'p, va har bir turistga o'rtacha 160 evro sarf qilingan, bu o'tgan yilga nisbatan 4.9 foizga ko'p.

Chet eldan kelganlar Ispaniyaga sayohatlariga 11.98 milliard evro sarflashgan, bu o'tgan yilning iyul oyiga nisbatan 2 foizga ko'p.

Iyulda Ispaniyaga jami 2.16 million britaniyalik tashrif buyurdi, bu o'tgan yilga nisbatan 2.2 foizga kam. 2018 yil bu ko'rsatkich 2017 yilning iyuliga nisbatan 2.6 foizga pasaygan. Bu shuni anglatadiki, ikki yil ichida Ispaniyaga 161 mingga kam britaniyalik sayyoh tashrif buyurdi, bu yilgi pasayish 1.6% ni tashkil etdi. Ikkinchi holatda, joriy yilning iyul oyida 2017 yilning shu davriga nisbatan 143 mingga kam nemis sayyohlari kelgan. Bu iyul oyida 1.24 million kishi tashrif buyurgan, bu o'tgan yilga nisbatan 3 foizga kam. Tashriflar sonining kamayishi ispan mehmonxonalari o'z ta'sirini ko'rsatdi, nemis sayyohlari orasida bir kecha-kunduzda 11.8%, britaniyaliklar uchun 1.2% ga ko'paygan.

Umuman olganda, tushish asosan Markaziy Evropa sayyohlari orasida kuzatilgan, masalan, Belgiyaliklar (-2%), Gollandiyaliklar (-4.82%) va Shveytsariya (-8.6%). Shu bilan birga, tashriflar frantsuzlar (2.3%, 1,4 milliongacha), irlandlar (6.7%) va ruslar (5.21%) orasida o'sdi.[134]

Iyul oyida AQShga sayyohlar soni 429 666 kishini tashkil etdi, bu bir yil oldingi ko'rsatkichga nisbatan 19.8 foizga ko'p. Shu yilgacha Ispaniyaga ikki millionga yaqin amerikalik tashrif buyurdi, bu 2018 yilning shu davriga nisbatan 14.24 foizga ko'p.

Ispaniya iyul oyida 9,88 million chet ellik sayyohni qabul qildi, bu avvalgi yilga nisbatan 133.199 (1.3%) va 2017 yil iyul oyiga nisbatan 606 391 ga kam, bu rekord bo'yicha iyul oyining eng yaxshi oyi edi. Biroq, 2019 yil uchun ushbu ko'rsatkichlar 2018 yilning shu davriga nisbatan yaxshilanmoqda: jami 48.06 ta turist tashrifi, bu o'tgan yilning birinchi etti oyiga nisbatan 1.9% ga ko'p.[208]

Ispaniya asosan turistik animatsiyaning tadbirlar animatsiyasiga ko'proq urg'u berib mavsumiylilikni yo'qotish chorasi sifatida keng qo'llamoqda.

ICCA (Xalqaro Kongress va Bitimlar assotsiatsiyasi)ning statistik ma'lumotlariga ko'ra Ispaniya tadbir, konferensiya, bazmlar o'tkazish bo'yicha dunyoda to'rtinchi o'rinni egallaydi.

Ispaniyaning ikki shahri Barselona va Madrid ICCA ma'lumotlari ko'ra uchrashuv va tadbirlar makoni sifatida tan olindi.

2015 yil Ispaniya 22000 ortiq tadbirlarni o'tkazib, tashrif buyuruvchilar soni 3.8 mlnga yetdi. [209]

Ispaniyaning 2020 yilda rejalashtirayotgan tadbirlar ro'yxati

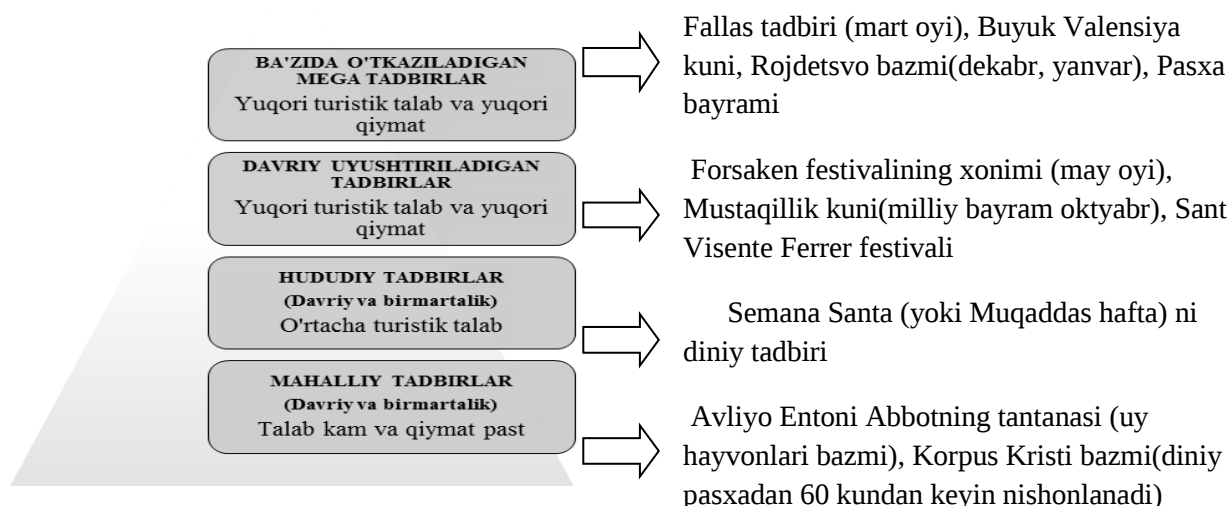
01.01.2020	New Year's Day (closures)
06.01.2020	Dia de los Reyes Magos (Epiphany/Thee Kings Day parades)
02.02.2020	La Candelaria, Madrid (food festival)
Fevral-mart	Carnival celebrations across Spain; particularly big in Cádiz , Sitges (with an LGBT focus), Madrid , Barcelona , and Santa Cruz de Tenerife
23.02.2020	Seville Marathon
28.02.2020	Day of Andalucía (some closures in Andalucía)
01.03.2020	Balearic Day (closures in the islands)
15-19.03.2020	Las Fallas , Valencia (parades, fireworks)
19.03.2020	St. Joseph's Day (closures in Madrid and Extremadura)
05-11.03.2020	Holy Week (Semana Santa; processions and passion plays, especially in Andalucía; some closures on Maundy Thursday and Good Friday)
12-13.04.2020	Easter (Pascua) Sunday and Monday (some closures)
23.04.2020	St. George's Day (special flower markets in Barcelona; other events across Catalunya), Aragón Day, and Castile and León Day (closures in each region)
26.04-02.05.2020	Feria de Abril (April Fair), Sevilla
29.04-03.05.2020	Festival of the Crosses , especially in Andalucía, particularly in Córdoba (processions and parties)
May	Bullfights and zarzuelas all month long, Madrid
01.05.2020	May Day/Labor Day (closures)
02.05.2020	Madrid Day (closures in the city, street parties centered on Plaza 2 de Mayo, fireworks on evening prior)
03.05.2020	Fiesta de las Cruces, Granada and Córdoba (religious festival) Early May (4 days): WOMAD , Cáceres (Extremadura; world music festival, free)
04-17.05.2020	Córdoba Courtyards Festival (Los Patios de Córdoba; courtyard-decorating competition)
07-10.05.2020	Ibiza Medieval Fair

08-10.05.2020	Spanish Grand Prix , Barcelona
09-16.05.2020	Feria del Caballo , Jerez de la Frontera (horse pageantry)
10-15.05.2020	Fiestas de San Isidro , Madrid (traditional dancing in squares)
12-17.05.2020	Titirimundi International Puppet Theatre Festival , Segovia (performances, street theatre)
15.05.2020	San Isidro Day, Madrid and Nerja (religious festival)
17.05.2020	Galicia Literature Day (closures in Galicia)
21.05.2020	Ascension
30.05.2020	Canary Islands Day (closures in the islands)
31.05-01.06.2020	Pentecost and Whit Monday
01.06.2020	El Rocío pilgrimage (Romería de El Rocío), Andalucía
04-06.06.2020	Primavera Sound , Barcelona (indie rock festival)
09.06.2020	Murcia/La Rioja Day (closures in Murcia and La Rioja)
10-14.06.2020	La Patum , Berga (religious festival with lively parades)
11.06.2020	Corpus Christi (closures in Madrid and Castile–La Mancha)
18-20.06.2020	Sónar Festival , Barcelona (electronic music)
19-20.06.2020	Azkena Rock Festival (Basque Country)
20-24.06.2020	Bonfires of San Juan , Alicante
24.06.2020	Festival of St. John the Baptist (bonfires and fireworks, closures in Catalunya)
29.06.2020	Battle of Wine , La Rioja (La Batalla del Vino, literally wine-drenched celebration of Feast of San Pedro)
Iyun oxiri iyul boshi	Granada International Festival of Music and Dance
01-05.07.2020	Madrid Orgullo pride festival (big parade on Saturday)
05-15.07.2020	Running of the Bulls (Fiesta de San Fermín), Pamplona
13-18.07.2020	Jazz de Vitoria-Gasteiz , Basque Country
16-19.07.2020	Festival Internacional de Benicàssim (huge rock concert near Valencia)
25.07.2020	Feast Day of St. James (Santiago de Compostela, also big in Basque Country and Galicia; some closures across Spain)
28.07.2020	Institution Day (closures in Cantabria)
29.07.2020	Fiesta de Santa Marta de Ribarteme , Las Nieves (a.k.a. As Neves, on Portuguese border in Galicia; coffin parade celebrating those who had brush with death in previous year)
13-19.08.2020	Gràcia Festival , Barcelona
15.08.2020	Assumption Day (religious festival; closures); also Verbena de la Paloma (folk festival), Madrid
	Festival of St. Bartholomew, Sitges, with more festivities third weekend in August
23-24.08.2020	Tomatina Festival , Buñol, near Valencia (tomato-throwing melee/party)
26.08.2020	Festival of Pedro Romero (music, dance, traditional costumes,

	parade), Ronda
05.09.2020	Autumn Sherry Festival (flamenco, bullfights), Jerez
08.09.2020	Asturias/Extremadura Day (street parties; closures in Asturias and Extremadura)
11.09.2020	Catalunya National Day (closures in Barcelona)
15.09.2020	Cantabria Day (closures in Cantabria)
21.09.2020	Feast Day of St. Matthew (festivals across Spain; particularly good party in Villamartín, near Arcos)
19-22.09.2020	La Mercè , Barcelona (street theater, music, parades, light shows)
23.09.2020	Festival of St. Tecla, Sitges
25.09.2020	Little San Fermín, Pamplona (concerts, parades)
25-27.09.2020	Feria de San Miguel , Sevilla (bullfights)
09.10.2020	Valencia Day (parades, closures in Valencia)
12.10.2020	Spanish National Day (closures)
24.10-02.11.2020	Fires de Sant Narcis , Girona (procession, human-tower building, fireworks)
01.11.2020	All Saints' Day (closures)
Noyabr dam olish kunlarida	Cartagena Jazz Festival
06-13.11.2020	Zinebi International Documentary Film Festival , Bilbao
06-14.11.2020	Sevilla European Film Festival
09.11.2020	Feast of the Almudena, Madrid (religious festival)
03.12.2020	Navarre Day (religious parades and closures in Navarre)
06.12.2020	Constitution Day (closures)
08.12.2020	Feast of the Immaculate Conception (closures)
13.12.2020	Feast of Santa Lucía
25.12.2020	Christmas (closures)
26.12.2020	St. Stephen's Day(some closures)
31.12.2020	New Year's Eve

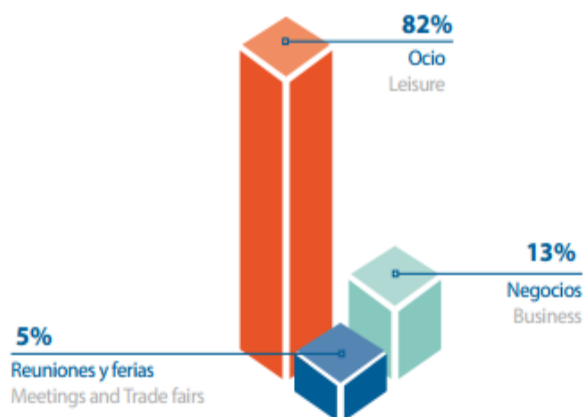
Manba: <https://www.ricksteves.com/europe/spain/festivals>

Ispaniyaning shahri Valensiya ham, sayohatlarni rag'batlantiruvchi asosiy animatsiya yo'nalishi bo'lgan konferensiya turizmining markaziga aylandi. Albufuera qo'riqxonasi va shahar markazini sharqdan g'arbga tomon kesib o'tadigan qadimgi Turiya daryosida joylashgan yashil shahar keng qamrovli ekologik taklifga ega. Valensiya - barcha tadbirlarni boshqarishda tajribali shahar; qit'adagi eng to'liq va ko'p qirrali yo'nalishlardan biri sifatida keng tanilgan. Valensiyada har oy tadbirlar uyushtirilib, ularni Getzning tadbirlar tipologiyasiga ko'ra quyidagi turlarga ajratdim.



Manba: Getz, D. (2005). Event management and event tourism (2nd ed.). New York: Cognizant.

Valensiyaning turistik portali (VLN Valencia <https://www.visitvalencia.com>) statistikasiga ko'ra 2018 yilda havo yo'llari orqali

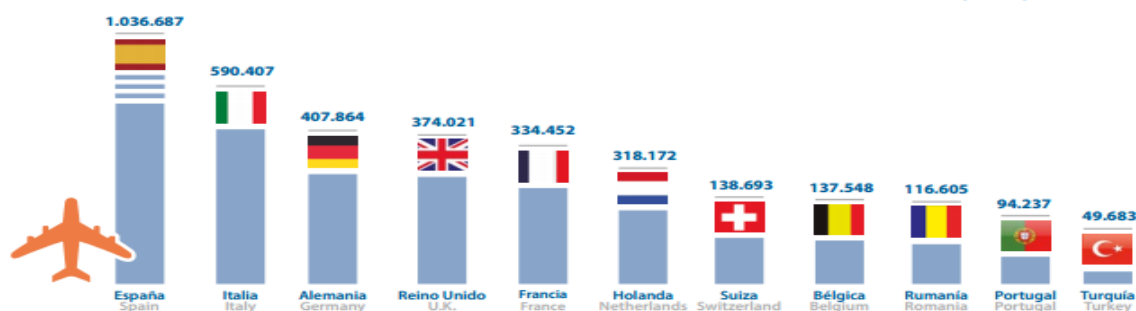


2.1 – rasm. Havo yo'llar orqali tashrif buyuruvchilar tashrif buyuruvchilar soni 3 mln 388 014 nafarga yetgan. (2.1.rasmga qarang).Ularning ko'pchiligi mahalliy aholi

bo'lib, keying o'rinda Italiyadan tashrif buyuruvchilar egallagan.

2.2 – rasm. Maqsadiga ko'ra tashrif buyuruvchilar foizi(%)

Sayyohlarning 82% hordiq chiqarish, 13% biznes, 5% uchrashuvlarga qatnashish maqsadida tashrif buyurishgan.



Manba: <https://www.visitvalencia.com>

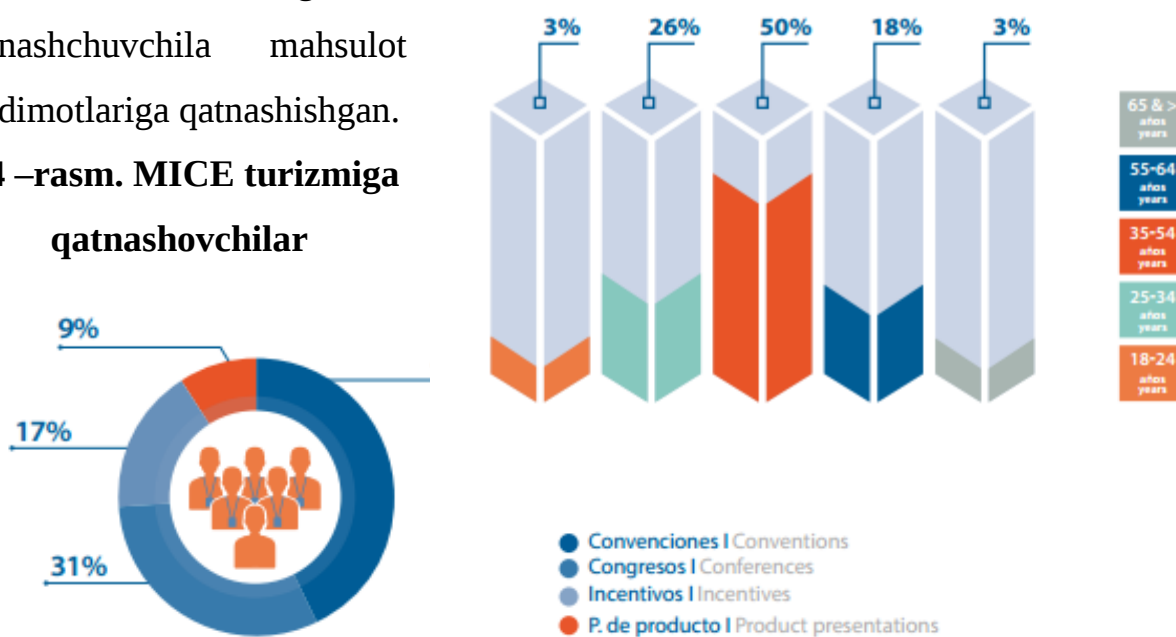
2.3 – rasm. Yoshiga qarab sayyohlarning tashrifi

(manba: <https://www.visitvalencia.com>)

Ma'lumotlarga qaraganda tashrif buyuruvchilarning 3 % 18-24 yoshdagilar, 26 % 25-34 yoshdagilar, 50 % 35-50 yoshdagilar 18% tashrif buyuruvchilar esa 55-64 yoshdagilar, 3 % 65 yoshdagi va undan katta yoshdagilar qayd etilgan. Tashrif buyuruvchilarning yarmi 35-54 yoshdagilar bo'lib, asosan xordiq chiqarish uchun tashrif buyurishgan.

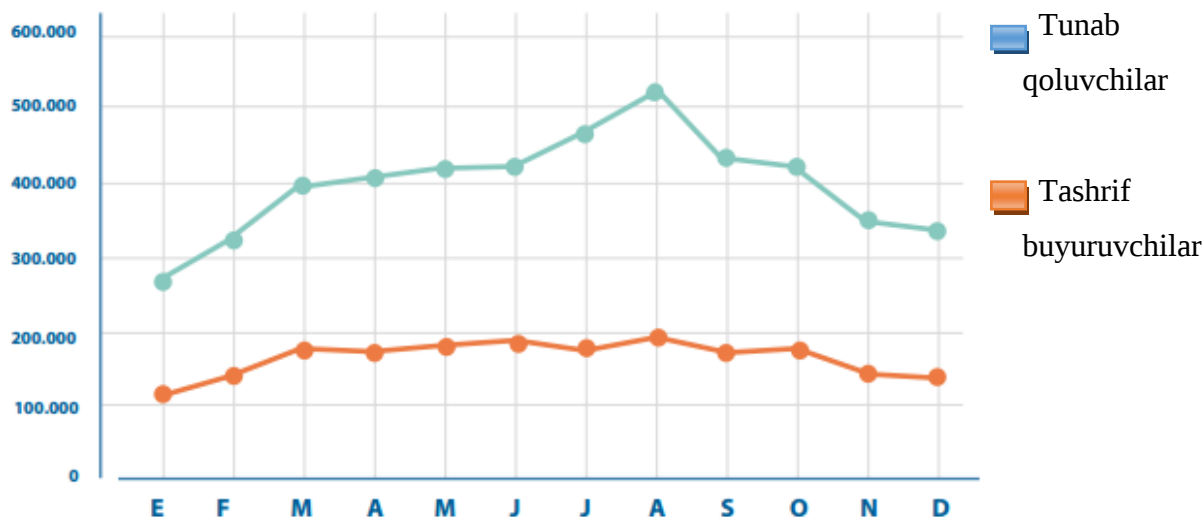
MICE turizm ham yuqori darajada rivojlangan bo'lib, uning negizi animatsion xizmatlarga borib taqaladi. 2018 yilda 126 865 nafar tashrif buyuruvchilar qayd etilgan. Ulardan 43 % tadbirlarga, 31 % konferensiyalarga, 17% bitim kelishuvlarga, 9% qatnashchuvchilar mahsulot taqdimotlariga qatnashishgan.

2.4 –rasm. MICE turizmiga qatnashovchilar



(manba: <https://www.visitvalencia.com>)

2018 yilda tashrif buyurgan sayyohlar Valensiya shahridagi mehmonxonalar bandligiga ham o'z ta'sirini ko'rsatdi. Quyidagi chizmalarda tunab qoluvchi va tashrif buyuruvchi sayyohlar misolida bir yillik ko'rsatkich qayd etilgan.



2.3 – chizma. Mehmonxonalarda tunab qoluvchi va tashrif buyuruvchi sayyohlar

Yil davomida tashrif buyurgan sayyohlarni soni deyarli bir xil bo`lib, yanvar, fevral, noyabr va dekabr oylarida pasayganini ko`rishimiz mumkin. Tunab qolgan sayyohlar esa avgustda oyida yuqori cho`qqiga chiqqan. [210]

Bu statistikalar shuni ko`rsatadiki, Valensiyada animatsion faoliyat uning turizmiga juda yaxshi ta`sir ko`rsatib, sayyohlar oqimini yanada ko`paytirmoqda.

2.3. Turizm animatsiyasining rivojlanishida Xitoy tajribasi

Xitoy, 2017 yilga turizm rivojlanishi bo`yicha 2-o'ringa ko'tarilib, yanada rivojlanish uchun kundan-kunga yangi g`oyalar bilan yuqori cho`qqilarga harakat qilmoqda. Geografik jihatdan Xitoy Osiyoning sharqidagi davlat. Chegarasining umumiy uzunligi — 22140 km, sohil bo`ylab chegara uzunligi — 14500 km. Xitoy hududining kattaligi jihatidan dunyoda uchinchi o`rinda turadi. Xitoyning janubida Nanlin va Yunnan-Tuychjou tog`lari qad ko`targan.[69]

Xitoyda turizm iqtisodiyotning muhim qismiga aylanib borayotgan sanoatdir. So`nggi bir necha o'n yilliklarda islohot va yangi xizmat sezilarli darajada o'sdi.

2015 yilga kelib, Xitoy Frantsiya, AQSh va Ispaniyadan keyin dunyoda eng ko'p tashrif buyuradigan to'rtinchi mamlakat bo'lib, yiliga 56,9 million xalqaro sayyohlarni qabul qiladi.

2017 yilda turizm 8,77 trln. (1,45 trln. AQSh dollari) yalpi ichki mahsulotning 11,04 foizini tashkil qildi va 28,25 million kishiga to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita bandlikni ta'minladi. 139,48 million kiruvchi va besh milliard ichki sayohatlar bo'lgan. 2016 yilgi ma'lumotlarga ko'ra, Xitoyning ko'plab sayyohlari Gonkong, Makao va Tayvandan kelgan. Kamida bir kecha turadigan sayyohlar soni orasida 27,72 million kishi Gonkongdan, 4,81 millioni Makaodan va 5,09 millioni Tayvandan kelgan.

Xitoy madaniy-ma'rifiy va biznes sayohat resurslari bilan dunyoda birinchi o'rinni (6.94) egallab turibdi.[207] Buni tahlil qiladigan bo'lsak, haqiqatda ham Xitoy o'zining beqiyos madaniyati bilan bir qancha turistik animatsion tadbirlar orqali turizm sohasini jadal rivojlantirmoqda. Internet ma'lumotlariga qaraganda, Xitoyda har oyda kamida uchta turistik tadbirlar: yarmarka, ko'rgazmalar, shou-tomoshalar, milliy bayramlarni keng nishonlash kabi tadbirlarni amalga oshiradi. Bu tashkil etilayotgan turistik animatsiyalar esa hududdagi barcha infratuzilmalarni birdamlikda ishlashini ta'minlaydi. Statistik ma'lumotlarga qaraganda 2017 yil amalga oshirilgan bahor oyidagi festivallarda 6.15 mln tashrif buyuruvchi qayd etilgan. Bu 2016 yildan 7% oshganini bildiradi. Ushbu bahorgi festivallarda eng ko'p tashrif buyurganlarning ko'pchiligi Tailand, Yaponiya, Janubiy Koreya, Indoneziya va Vetnamdan ekanligi qayd etilgan.(2.4 – chizmaga qarang.

Misol tariqasida, 2005 yildan buyon har yili aprel oxiri may boshlarida Xitoy xalqaro multfilm va animatsiyalar festivali (CICAF)bo'lib o'tadi. Shu festivallarda tashrif buyuruvchilarni tahlil qilamiz [205]. (CICAF) eng nufuzli festival sifatida nafaqat shaharga kelayotgan mutaxassislar sonining ko'payganini, balki sayyohlar soni ham ko'payib borayotganligini, sanoatni rivojlantirish va boyitganligini, mahalliy aholining madaniy hayotini ijobiy tomonga o'zgarishini ta'minlab bermoqda. Ushbu festivalda 45 dan ortiq

tadbirlar bo'lib o'tadi va Xanchjou mehmonxonalarida ko'plab tanlovlar, ko'rgazmalar, forumlar va biznes muzokaralar bo'lib o'tadi.



2.4 – chizma. 2017 yil Xitoyning bahorgi festivallariga tashrif

buyurganlar soni (manba: <http://www.globaltimes.cn/content/1031284.shtml>)

Statistik ma'lumotlarga qaraganda, 2019 yil XV Xitoy xalqaro multfilm va animatsiyalar festivalida(CICAF) 1.436 mln kishi tashrif buyurgan, 86 davlatdan 2.645 kompaniya va tashkilotlar qatnashgan, 1.368 ta loyiha taxminan umumiy 13.984 RMB mlrd (2.027 USD mlrd) mablag'ga imzolangan. Xanchjou mehmonxonalarida mehmonlar joylashtirilgan [207].

Xitoydagi har bir mehmonxona o'z imkoniyatlarini to'ldirish orqali ko'p sonli mehmonlar olib kelish uchun kurashmoqda.

Mehmonxonaning takliflari butun mavsum davomida har xil bo'lishi kerak. Chunki may oyida ta'tilga boradigan mehmonlar avgust va sentyabr yoki oktyabr oyida tashrif buyuradigan mehmonlar istak-xoxishi bir xil emas. Yoki yosh jihatdan keluvchi mehmonlar yoshi har xil bo'ladi. Shu maqsadda ko'pgina Xitoy mehmonxonalar boshqa usulni tanlashdi. Bu usul mehmonxona turistik animatsiya xizmatidir. Uning har bir mavsumda moslashuvchanligi va barcha yosh guruhlariga to'g'ri kelishi ancha qulaydir.

Xitoy mehmonxonalari qariyalar va yoshlarni qo'llab-quvvatlaydigan inshootlarni qurish kabi yangi g'oyalar bilan doim mehmonxona tuzilishiga o'zgartirishlar kiritib turadi. Boshqa jihatdan esa animatorlar yoshlar uchun ijobiy muhit yaratish, har qanday muhitga to'g'ri keladigan (bulutli, issiq, sovuq, tabiiy ofatlar va h.k) dasturlarni ishlab chiqish kabi muammolar bilan jiddiy shug'ullanishadi.

Animatsiya har bir mehmonxonaning iqtisodiy foydasini oshiradi. Mehmonlar mehmonxonadan chiqmaslik va o'z pullarini boshqa restoranlarda, barlarda va diskotekalarda sarflamaslik uchun to'liq taklif bitta joyda (mehmonxona joylashgan joyda) mehmonxonada animatorlar tomonidan bir qancha dasturlar ishlab chiqiladi.

Xitoy mehmonxonalari asosan "barchasini qamrab olgan" dasturlarni inobatga oladi. Animatsiya dasturlari bir mehmonxonadan boshqa mehmonxonagacha farq qiladi. Eng muhimi barcha tadbirlar oldindan tayyorlanishi kerak. Quyida ularning nimalarga e'tibor berish aytib o'tilgan:

Tashkiliy yondashuv:

- har bir dastur boshlanishidan yarim soat oldin tayyorlanib keyin boshlanadi;
- tadbirlar bir necha kun oldin e'lon qilish kerak;
- tozalikka e'tibor qaratiladi;
- musiqani oldindan tayyorlashadi (mijozlar uchun mos musiqa)
- rekvizitlarni tayyorlanadi;
- sovg'alarni tayyorlanadi;
- yaxna ichimliklar tayyorlanadi.

Tanishtiruv qismi;

- tanishtiruv taqdimoti qisqa va mazmunli bo'lishi;
- mamlakat haqida ma'lumot;
- shu mamlakatning milliy urf-odatlar, liboslari;
- milliy yaxna ichimliklar bilan siylash;
- qisqacha animatsion dasturchilari bilan tanishuv;

- va dastur haqida qisqa ma`lumotlar beriladi.

Xitoyda eng yaxshi animatsion dasturlarga ega mehmonxonalar Sanya shahri yaqinidagi Xaynan kurort orolida joylashgan. Holiday Inn Resort Sanya Bay 5 * mehmonxonasi o'zining ajoyib animatsiyasi bilan mashhur bo'lib, u yerda spektakllarda ko'pincha jonli musiqa yangraydi. Mehmonxona Sanya markazidan 8 km uzoqlikda joylashgan.

San'at markazidan 10 daqiqalik masofada joylashgan Ocean Sonic Resort 5 * mehmonxonasida ham ajoyib animatsiya taqdim etiladi.

Xitoy mehmonxonalarida bolalarning animatsiyasi deyarli yo'q. Uning o'rnini turli yoshdagi bolalar uchun mini-klublar egallaydi.

Xitoyning eng yaxshi animatsiyasi bu mamlakatni boshqalardan ajratib turadigan poytaxt mehmonxonalarida yaratilgan. Pekinning ko'pchilik mehmonxonalarda animatsiya mavjud.

Pekinda joylashgan International 4 * va New Otani 4 * mehmonxonalarida (yapon mehmonxonasi) turistlar uchun ajoyib animatsiya tashkil etilgan.

Pekin shahridagi barlar va ko'ngilochar markazlar hududida joylashgan Sanlitong shahrida joylashgan Westin Beijing Chaoyang 5 * mehmonxonasi ham ajoyib animatsiyasi bilan mashhur. Ushbu mehmonxonada bolalar uchun animatsiya ham mavjud.

Xitoyda animatsiyani uch yulduzli arzon mehmonxonalarda ham ko'rish mumkin. Bunga misol - Xitoyning uchinchi yirik shahri bo'lgan Guangjou shahridagi Canye Hotel 3 *.

Xitoy nima uchun mehmonxonalarda animatsiyani qo'llab – quvvatlaydi degan savollarga quyidagicha javob beradi;

- animatorlar yaxshi muhit yaratadi;
- yangi do'stlar orttirish imkoniyati;
- Bir vaqtning o'zida ham kayfiyatni ko'tarib ham davolanish;
- Ma`naviy boyish kabi bir qancha mehmonlarga qulayliklar taqdim etgani uchun mehmonxona animatsiyasini deyarli barcha mehmonxonalarda qo'shimcha xizmat sifatida kiritiladi.[192]

Umuman olganda, Xitoyda tashkil etilayotgan bunday animatsion turistik tadbirlar va marosimlar, mehmonxona animatsiyasi sayyohlar uchun motiv bo`lib, sayyohlik oqimini ko`payishiga olib keladi. Tashrif buyurgan sayyohlar ongida muhrlanib qoladi va kelajakda sayyohlik oqimini kuchaytiradi.

II.Bob bo`yicha xulosa

Bu bobda men xorijiy mamlakatlarda turistik animatsiya xizmatiga qaratilgan chora-tadbirlarni o`rganib chiqdim. Natijalarga qaraydigan bo`lsak, ularning ko`pchiligi turistik animatsion durturlariga o`z e`tiborini qaratishgan.

Ispaniya turistik animatsiyaning tadbirlar yo`nalishida ko`p sayyohlarni mamnun etmoqda. ICCA (Xalqaro Kongress va Bitimlar assotsiatsiyasi)ning statistik ma`lumotlariga ko`ra Ispaniya tadbir, konferensiya, bazmlar o`tkazish bo`yicha dunyoda to`rtinchi o`rinni egallaydi. Deyarli har oy kamida 2-3 ta sayyohlar uchun tadbirlar uyushtirib, mavsumiylik muammosini bartaraf etgan.

Xitoy o`zining noyob urf-odatlarini, mehmonxonalardagi noodatiy xizmat turlari ya`ni mehmonxona animatsiyasi orqali mehmonxona gavjumligini ta`minlamoqda. Xitoy mehmonxonalari qariyalar va yoshlarni qo`llab-quvvatlaydigan inshootlarni qurish kabi yangi g`oyalar bilan doim mehmonxona tuzilishiga o`zgartirishlar kiritib turadi. Boshqa jihatdan esa animatorlar yoshlar uchun ijobiy muhit yaratish, har qanday muhitga to`g`ri keladigan (bulutli, issiq, sovuq, tabiiy ofatlar va h.k) dasturlarni ishlab chiqish kabi muammolar bilan jiddiy shug`ullanishadi.

III BOB BUXORO HUDUDI TURIZM ANIMATSIYASINI RIVOJLANTIRISH KONSEPSIYASI

3.1. Buxoro hududida turizm animatsiyasi imkoniyatlari

Buxoro shahri qadimiy shaharlardan biri bo'lib, turistik imkoniyatlari nihoyatda kengdir. Statistik ma'lumotlarga qaraganda, Buxoro viloyati hududida 712 ta tarixiy obyekt mavjud bo'lib, shulardan 441 tasi ta'mirlangan, 394 ta arxitekturaviy binolar, 8 ta maqbara, 47 ta masjid, 14 ta karvonsaroy, 39 ta madrasadan iboratdir.

3.1- jadval.

Buxoro viloyatida mavjud taxiriy obyektlar shahar va tumanlar kesimida

№	Tuman (shahar)	Arxitekturaviy yodgorliklar	Arxeologik yodgorliklar	Monumental yodgorliklar	Diqqatga sazovor joylar	Jami
1	Buxoro shahri	273	3	16	6	298
2	Buxoro tumani	10	60			70
3	Kogon tumani	1	3		2	6
4	Kogon shahri	45				45
5	Qorovulbozor tumani	2				2
6	G'ijduvon tumani	23	21		2	46
7	Shofirkon tumani	3	35		1	39
8	Vobkent tumani	11	53		1	65
9	Romitan tumani	6	25		4	35
10	Peshku tumani	14	13		1	28
11	Jondor tumani	5	64	1	2	72
12	Qorako'l tumani	1	5			6
13	Olot tumani					0
	Jami:	394	282	17	19	712

Manbaa: Buxoro viloyati Turizmni rivojlantirish departamenti statistikasi

Buxoro viloyati Turizmni rivojlantirish departamentining 2019 yil sarhisobi bo'yicha viloyatga tashrif buyurgan sayyohlar soni 3,6 mln nafarga yetdi. Bunda, xorijiy turistlar soni 603,0 ming nafarni tashkil etib, bu esa 2018 yilga nisbatan 2,0 barobarga ko'payganini ko'rsatadi.

Turistlarga yanada qulay sharoitlar yaratish va xizmatlar eksportini ko'paytirish maqsadida mehmonxonalar, muzeylar, kafe-restoran, savdo shahobchalari va boshqa ob'ektlarda xorijiy valyuta hamda xalqaro plastik

kartalardan to'lovlarni hamda milliy va xorijiy valyutani qabul qilish bo'yicha 67 ta valyuta ayirboshlash shaxobchalari, 35 ta avtomatlashtirilgan valyuta ayirboshlash bankomatlari o'rnatildi.

Bundan tashqari, Yetti pir ziyoratgohlariga tutash hududlarda 7 ta mehmonxona qurish uchun 1,7 gektar yer uchastkalari ajratilib, bu ob'ektlarning 5 tasida Shofirkon, Vobkent, Kogon va Romitan tumanlarida joylashgan Xo'ja Orif ar-Revgariy, Xo'ja Ali Romitaniy, Xo'ja Mahmud Anjir Fag'naviy va Xo'ja Muhammad Boboi Samosiy ziyoratgohlari yonida qurilish ishlari yakunlanib foydalanishga topshirildi.

Viloyatda turizmning eko, agro, gostronomik, qishloq va madaniy kabi barcha tarmoqlari rivojiga yuqori darajada e'tibor qaratilib, ko'plab yangi turistik marshrutlar va xizmatlar turlari o'zlashtirildi.

Turistik animatsiya bilan Buxoro hududida bir qancha chora tadbirlar yo'lga qo'yilgan. Jumladan,

- sayyohlar uchun muntazam ravishda yangi yo'nalishdagi madaniy va ko'ngilochar tadbirlarni tashkillashtirish maqsadida shahar va tumanlarda har yili 21 ta turli madaniy tadbirlar, ko'rik-tanlov va festivallarning aniq kunlari belgilanib, o'tkazish yo'lga qo'yildi.

3.2 - jadval

Buxoroda viloyatida o'tkaziladigan tadbir-festivallar ro'yxati

№	O'tkaziladigan joyi	O'tkaziladigan tadbir nomi	O'tkazilish vaqti
1.	Kogon shahar	Xalqlar do'stligi festivali	Mart
2.	Jondor tuman	Varaxsha malikasi qizlar ko'rik tanlovi	Mart
3.	Buxoro shahri	Nasriddin Afandi va sharq taomlari festivali	1-2 aprel
4.	Qorako'l tuman	Poykent oqshomlari festivali	Aprel
5.	Buxoro shahri	Ipak va ziravorlar festivali	May-iyun
6.	Shofirkon tuman	Kashtado'zlik va xalq o'yinlari festivali	May
7.	Qorovulbozor tuman	Lola sayli festivali	May

8.	G`ijduvon tuman	G`ijduvon kulolchiligi va pazandalari festivali	May
9.	Vobkent tuman	Asal sayli festivali	Iyun
10.	Kogon tuman	Naqshbandiya o`gitalari konferensiyasi	Iyul
11.	Olot tuman	Polvonlar mahorati musobaqasi	Iyul
12.	Peshku tuman	Xalq tabobati va tabiblar tanlovi	Avgust
13.	Buxoro tumani	Agro turizm saboqlari festivali	Avgust
14.	Romitan tuman	Uzum va anjir festivali	Sentyabr
15.	Buxoro shahri	Hunarmandlar festivali	Sentyabr
16.	Buxoro shahri	Iqtidorli oshpazlar ko`rik tanlovi, yarmarka	Dekabr

Manba: Buxoro viloyati Turizmni rivojlantirish departamenti

Madaniy tadbirlar borasida 2021 yilda viloyatda har yilgidan ko'p madaniy va ko'ngilochar tadbirlar o'tkazish rejalashtirilgan. Jumladan, 25 ta konferensiya, 10 ta forum, 15 ta yarmarka va ko'rgazmalar hamda tuman va shaharlarda 19 ta festivallar o'tkazilishi nazarda tutilgan.

- “Authentic Travel” turistik kompaniyasi tomonidan fransiyalik Catherine Uiterdijk hamda Teunis Uiterdijk hamkorlar bilan birgalikda “Suv minorasi” negizida sayyohlarga xizmat ko'rsatuvchi animatsion “Bukhara Tower” obyekti barpo etildi.

- Mehmonxonalarda mavsum bo`lmagan paytlarda to`y – marosimlar uchun urfga aylangan fotosessiyalar o`tkazilib kelinmoqda.

- Ba`zi bir mehmonxonalarning restoranlari esa nomavsumda yangi yil bazmlarini korxonalar va tashkilotlar uchun tashkillashtirib berishmoqda va bolajonlar uchun yangi yil ta`tilida ertakona yangi yil animatsion dasturlari bilan mahalliy sayyohlarni o`ziga jalb qilmoqda.

- Yaqin 2-3 yil ichida milliy urf-odatlarimizni sayyohlarga jonli ko`rsatib berish uchun sun`iy tarzda to`y – marosimlar yoki tabiiy to`y –tomoshalar uyushtirish ishlari boshlandi. Jumladan 2018 yildan Buxoro shahrida iste`qomat qiluvchi fuqaro Tagirova Zulxumor tomonidan o`z uyida O`zbek urf-odatlarini namoyon qiluvchi 45 daqiqali jonli San`at kolleji talabalari hamda o`qituvchilari hamkorligida sun`iy animatsion loyiha ishlab chiqildi va bir qancha turistik

korxonalar hamda turagentliklarga taqdim etildi. Hozirda bu loyiha ekspertlar tomonidan ko`rilmoqda.

Umuman olganda, hozirgi kunda nafaqat Buxoro balki, boshqa turistik shaharlar ham turizm oqimini oshirishda xorij tajribasiga asoslanib, turizm animatsiyasini yanada takomillashtirib borishni mo`ljallashtirmoqda.

Buxoroning turistik ob`yektida turistik animasiyani qo`llash mumkin. Men taklif etayotgan animatsion dasturlar quyidagilar:

- ✓ Buxoroning har bir mehmonxonasida milliy ufr-odatlar, jonli ijrolar orqali “kechki bazm” madaniy hordiq tashkillashtirish;
- ✓ Buxoro muzeylarida tarixiy voqealardan parcha olib sahna ko`rinishlarini tashkil etish;
- ✓ Ark qal`asida xonlar marosimini tashkil etish;
- ✓ Moxi xossa majmuasida Amir Olimxon hayot tarzini shakllantirish;
- ✓ Ko`hna va boqiy Buxoro drama teatrida Buxoro tarixini ko`rsatib beruvchi tarixiy sahna ko`rinishlarini tashkil etish.

3.2. Buxoro turistik tarixiy animasiyasi loyihasini tayyorlash

Buxoroda namoyishlar va ko`ngilochar tadbirlar ya`ni animatsiyali tadbirlarni namoyish etishda bir qancha imkoniyatlar jumladan; teatr, kinoteatr, qo`g`irchoq teatrlari, mehmonxonlar, tarixiy-madaniy obyektlar mavjud bo`lib, lekin ularning salmoqlisi sayyohlarga namoyish etish uchun xizmat qiladi. Imkoniyatlardan foydalanib, Ko`hna va boqiy Buxoro majmuasidagi drama teatrida nafaqat sayyohlar balki mahalliy aholi uchun ham Buxoro tarixini ko`rsata oladigan animatsion sahna ko`rinishlari taqdim etish mumkin.



3.1-rasm. Ko`hna va Boqiy Buxoro majmuasining google.mapdagi surati.

Bu majmua 107 gektardan iborat madaniy markaz yirik inshootlar – 700 o`rinli viloyat musiqali drama teatri, 2000 tomoshabinga mo`ljallangan amfiteatr, ular o`rtasida esa “Ko`hna va boqiy Buxoro” monumentidan iborat. Sayyohlar uchun juda ham qulay shinam maskan hisoblanadi. Turistik infrazilmalardan ancha yiroq bo`lgan bu sayohatgohda geoaxborot texnologiyalardan unumli foydalanib uning kelajakdagi istiqbolini kuchaytirish mumkin.

Hozirgi kundagi mavjud imkoniyatlardan foydalanib bu majmuada animatsion faoliyatlarni ko`proq qo`llash kerak. Izlanishlar natijasida quyidagi makonlar aniqlandi va ular sayyohlarga xizmat qilish uchun yaroqlidir.

1. Anhor kafesi
2. Sharshara kafesi
3. Lux hotel mehmonxonasi
4. Malika restoranti
6. Bowling ko`ngilochar majmuasi

Buxoro nihoyatda boy tarixga ega. Ushbu taqdim etilayotgan loyiha aynan Buxoro tarixini jonli ravishda sayyohlarga namoyish etish ko`zda tutiladi.

Bilamizki, Buxoro 3000 yillik tarixga ega bo`lib, bir qancha sulolalar hukmronligi ostida shakllanib kelgan. Tarixga nazar tashlasak, milodiy yillarda

afsonaga aylangan To'maris va Shiroq, Buxoro tarixida bir umrlik muhrlanib qolgan Somoniylar sulolasi va Ismoil Somoniy, Ashtarxoniylar, Qoraxoniylar, XIX asrlarda hukmronlikni qo'lga olgan Said Olimxon, o'tgan asrlarda yashab o'tgan Fayzulla Xodjayev va Buxoroliklar uchun kulgu timsoli bo'lgan Nasriddin Afandi kabi faxrlansa arzigulik buyuk siymolar yashab o'tgan.

Bundan tashqari o'zbek milliy urf-odatlari ham bizning nodir me'rosimizdir. Shu milliy merosimiz orqali ham ko'p yaxshi xotiralarni qoldirishimiz mumkin. Buning uchun xalqimiz urf –odatlarini yaxshi bilishimiz kerak. Shu maqsadga quyida men urf-odatlarimiz haqida yozishni afzal bildim.

Urf-odatlar[183]

O'zbek xalqining urf-odatlari asrlar bo'yi o'zbeklar millatining tashkil etopishida ishtirok etgan barcha qabilalar va elatlarning madaniy malakalari va an'analarning uyg'unlashuvidagi murakkab jarayonlar oqibatida tarkib topgan. Ular o'ta o'ziga xos, yorqin va turli-tuman bo'lib, urug'chilik patriarxal munosabatlaridan kelib chiqadi. Urf-odatlarning ko'pchiligi oilaviy hayotga oid bo'lib, bolaning tug'ilishi va tarbiyasi (beshik to'yi, xatna qilish), nikoh (fotiha to'yi, to'y) bilan bog'liq bo'ladi. Ko'pincha ular islom urf-odatlarining sehrgarlik amaliyoti bilan bog'liq bo'lgan undan ham qadimiyroq shakllarga uzviy kirib ketishini namoyon etadi. Islom qabul qilinganidan beri ko'pgina oilaviy-maishiy urf-odatlar uning ta'sirida o'zgargan, o'zbeklarning hayotiga musulmon diiy marosimlari kirib kelgan. Juma kuni bayram kuni hisoblanadi va shu kuni barcha yig'iladigan masjidda umumiy namoz (duo) o'qiladi. Patriarxal urf-odatlar masjid, choyxonalar, bozorda o'tadigan hamda faqat erkaklar ishtirok etadigan ijtimoiy hayotda hozirgacha ham yashamoqda.

Beshik to'yi

Beshik to'yi – chaqaloqni birinchi marta beshikka solish bilan bog'liq bo'lib, nishonlanadigan marosimli bayramdir. Bu eng qakdimgi va O'zbekistronda eng keng tarqalgan marosimlardan biri. Odatda bu to'y chaqaloq tug'ilishining 7-, 9-, 11- kuni o'tkaziladi. Turli viloyatlarda marosim o'zicha xususiyatlarga ega bo'ladi va oilaning boyligi darajasiga bog'liq bo'ladi: o'ziga

to'q oilalar odatda bu to'yni katta ko'lamda o'tkazadi, kambag'al oilalar esa uni kamtarona nishonlaydilar. Beshik va chaqaloq uchun barcha zarur andomlar chaqaloq onasining qarindoshlari tomonidan beriladi. Dasturxonga non, shirinliklar va o'yinchoqlar o'rab beriladi. Chaqaloqning ota-onasiga, uning bobo-buvilariga sovg'alar tayyorlanadi. Boy bezatilgan beshik, dasturxonlar va sovg'alar transport vositasiga qo'yilib, mehmonlar bilan birgalikda, karnay-surnay va nog'ora sadolari ostida chaqaloqning ota-onasi uyiga jo'natiladi. An'anaga ko'ra olib kelingan beshikni avval chaqaloqning bobosi o'ng yelkasiga qo'yadi, keyin o'g'lining o'g' yelkasiga uzatadi, u esa beshikni chaqaloqning onasiga beradi. O'tmishda mehmonlarning barcha niyatlari toza va yaxshi bo'lishi uchun ular yuziga oq un surar edilar. Mehmonlar mehmonxonaga yasatilgan dasturxonga taklif etiladi va mehmonlar ovqatlanib, sozandalarni tinglab, bazm qilib o'tirgan paytda qo'shni xonada kampirlarning ishtirokida bolani yo'rgaklash va beshikka solish marosimi o'tkaziladi. Marosim oxirida mehmonlar bolani ko'rish uchun oldiga kiradilar, unga sovg'alarni beradi va beshikning ustiga parvarda yoki qand sepadilar. Shu bilan marosim tugab, mehmonlar uy-uylariga qaytadilar.

Xatna qilish

Xatna qilish to'yi – islom tomonidan muqaddas deb e'zozlangan yana bir qadimiy o'zbek odatidir (sunnat to'yi). Bu marosim o'g'il bolalar uchun 3, 5, 7, 9 yoshga kirganda, kamdan-kam hollarda 11-12 yoshda o'tkaziladi. Sunnat to'yining o'tkazilishi jamoatchilik tomonidan nazorat qilinadi. O'g'il bolaning tug'ilgan paytidan boshlab uning ota-onasi asta-sekinlik bilan kerakli narsalarning hammasini sotib olib, sunnat to'yiga tayyorgarlikni boshlaydilar. Ko'pincha oddiygina «to'y» ham ataladigan marosimning o'tkazilishidan bir necha oy avval unga bevosita tayyorgarlik boshlanadi. Qarindoshlar va qo'shnilar ko'rpalarni tikishda, to'y sovg'alarini tayyorlashda yordam beradilar. Bularning hammasi ko'p bolali onalarga topshiriladi. To'ydan avval mahallada yashovchi oqsoqollar, masjidning imomi va qarindoshlarning huzurida Qur'on o'qiladi. Dasturxon yoziladi. Shundan keyin Qur'ondan suralar o'qiladi va

oqsoqollar o'g'il bolaga duo o'qiydilar. Shundan so'ng katta «to'y» boshlanadi. «To'y» dan avval bolaga qo'shnilar, oqsoqollar, qarindoshlarning oldida sovg'alarni, zar tikilgan kiyimlarni kiydirishadi. O'tmishda toychoqni sovg'a qilish rasm bo'lgan edi, bolani endilikda u jangchi bo'lganligini bildirib, unga bolani o'tqazar edilar. Hamma o'g'il bolani tabriklab, unga pul va shirinliklar sepadi, keyin ularning hammasi ichkarida, ayollarning xonalarida davom etadi. Shu kunning o'zida ayollarning davrasida «taxurar» - ko'rpalar, yostiqlarni supaga taxlash marosimi o'tkaziladi, buni odatda ko'p bolali ona bajaradi. Marosimni mo'l-ko'l dasturxon, jumladan bayram oshi tamomlaydi. An'anaga ko'ra oshdan keyin kechqurun hovlida katta gulxan yoqiladi va odamlar gulxan atrofida o'ynaydilar, turli o'yinlarni uyushtiradilar. Ertasiga bayram davom etadi.

Fotiha to'yi

Nikoh ota-onalarning ruxsati va duosi bilan, bir necha bosqich qilib o'tkaziladi. O'g'il voyaga yetganda ota-onasi unga mos keladigan qizni izlay boshlaydilar. Bu jarayonga yaqin qarindoshlari, qo'shnilari, oshnalari ham kirishadi. Qizni topgandan keyin yigitning xolalari yoki ammalari qizning uyiga uni ko'rish, ota-onalari bilan va ehtimoliy kelinning uydagi ahvoli bilan tanishish uchun biror bahona bilan kiradilar. Shundan so'ng qo'shnilari va tanishlari tanlangan qizning oilasi haqida surishtiradi. Ijobiy javob olingan holda uyga sovcilar yuboriladi. Sovchilikning asosiy marosimlaridan biri fotiha to'yidir. Sovchilar fotiha qilinadigan kunni belgilaydilar. Shu kuni qizning uyida atrofdagi taniqli oqsoqolar, mahalla oqsoqoli, qizlar yig'iladi. Sovchilar o'zining kelish maqsadini bayon etganlaridan keyin «non sindirish» marosimi boshlanadi. Shu paytdan boshlab yoshlar bir-biri bilan bog'langan, fotiha qilingan deb hisoblanadi. Fotiha to'yi nikoh tuziladigan va to'y o'tkaziladigan kunni tayinlash bilan tugaydi. Sovchilardan har biriga ichita ikkita non, shirinliklar bo'lgan dasturxon beriladi, shuningdek qiz tomonidan yigitga va uning ota-onalariga sovg'alar berib yuboriladi. Sovchilar kuyovning uyiga qaytganidan keyin ularning qo'lidan sovg'alar qo'yilgan patnislarni olib, «sarpo

ko'rar» marosimini boshlaydilar. Dasturxon odatda ko'p bolali ona tomonidan ochiladi. Barcha yig'ilganlar kelinning uyidan keltirilgan pishiriqlar, shirinliklardan bahramand bo'ladilar. Fotiha to'yidan boshlab va to'yning o'zigacha yoshlarning ota-onalari qalin, sep masalalarini va to'y tantanasi bilan bog'liq tashkiliy masalalarni hal etadilar. To'ydan bir necha kun avval qiznikida «qiz oshi» marosimi o'tkaziladi, unga qiz o'zining yaqinlari va o'rtoqlarini taklif etadi.

Nikoh to'yi

Nikoh marosimi an'anaviy tarzda o'zbeklarning hayotida nihoyatda muhim ahamiyatga ega bo'oladi va ayniqsa tantanali nishonlanadi. Umumiy xususiyatlari bo'la turib, u turli viloyatlarda o'zgacha tusda bayram qilinadi. Nikoh marosimining asosiy payti kelinning ota-onasining uyidan kuyovning uyiga o'tishi paytidir. To'y kuni kuyovnikida to'y oshi (palov) tayyorlanadi va kelinnikiga yuboriladi, u yerda u dasturxonga tortiladi. Xuddi shunday osh kuyovning uyida ham o'tkaziladi. To'y kuni masjidning imomi ikki yoshga «Xutbai nikoh» ni o'qiydi, shundan so'ng ular xudo oldida er-xotin deb e'lon qilinadi. Imom yoshlarga er va xotinning huquqlari va majburiyatlarini tushuntiradi. Odatda nikoh o'qilganidan so'ng yoshlar o'zining fuqarolik nikohini qayd etish uchun ZAGS ga boradi. To'y kuni kelinnikida kuyovga sarpo (to'yga sovg'a qilingan kiyimlar va poyafzal) kiydiriladi, shundan so'ng kuyov o'z oshnalari bilan kelinning ota-onasi huzuriga salom berish uchun boradi. Kuyovning oshnalari bilan qaytganidan so'ng kelin ham keladi. Kuyovning uyiga yuborishdan avval kelinnikida ota-ona bilan xayrlashish marosimi bo'lib o'tadi. Kelin bilan birga yaqin o'rtoqlari ham boradi. Ular qo'shiqlarni aytadilar («O'lan» va «Yor-yor» qo'shiqlari). Kelinni kuyovning uyida kutib olishdan haqiqiy to'y boshlanadi. To'y tugaganidan keyin kuyov kelinni ikki yosh uchun ajratilgan xonaning eshigigacha kuzatadi. Xonada kelinni «yanga» (odatda kelinga yaqin bo'lgan bir ayol) kutib oladi, kelin boshqa kiyim kiyadi va chimildiq (go'shanga) ortida turib, kuyovni kutib olishga tayyorlanadi. Bir qancha vaqtdan keyin kuyov oshnalari bilan birga

xonaga yaqin keladi va yangia bilan birga uni kelin kutib turgan gushanga oldiga boradi. Kelinning oldiga kirish uchun u kelinni yangadan ramziy sotib olishi lozim, ular savdolashadi. Shundan keyin kuyov-kelin tuni bilan birga qoladilar. Ertalab azonda «Kelin salom» marosimi boshlanadi. Marosim boshlanishiga yaqin hovlida kuyovning ota-onasi, barcha yaqin qarindoshlari, kuyovningoshnalari va yaqin qo'shnilar yig'iladi. Ularning hammasi navabtibilan kelinning oldiga kelib, o'zining tilaklari, sovg'alari va duolarini baxshida etadi. Kelin har bir kishiga beligacha egilib salom berishi lozim. Shu tariqa bayram tugab, oilaviy hayot boshlanadi.

Ertalabki osh

Ertalabki osh marosimi to'y (sunnat to'yi yoki nikoh to'yi) va aza ma'rakasida (o'limidan keyin 20 kun hamda bir yildan keyin) o'tkaziladi. To'yni o'tkazuvchilar ertalabki oshning kuni va vaqtini avvaldan mahalla yoki kvartal qo'mitasining jamoatchiligi bilan kelishgan holda belgilaydilar. Shu kunga qarindoshlar, qo'shnilar va tanishlariga taklifnomalar yuboriladi. Bir kun oldin kechqurun «sabzi to'g'rash» marosimi o'tkaziladi, unga odatda qo'shniar va yaqin qarindoshlar keladilar. Sabzi to'g'rab bo'linganidan keyin barcha ishtirokchilar dasturxonga taklif etiladi. Odatda sabzi to'g'rashga artistlar ham chaqiriladi. Ovqatlanish paytida oqsoqollar kelganlar o'rtiasida ishlarni taqsimlaydilar. Ertalabki osh bomdod namozining tugashi paytigacha tayyor bo'lishi lozim, chunki namozdan chiqqan kishilar birinchi mehmonlar bo'ladi. Ertalabki namoz tugagan paytda karnay-surnay va nog'ora ovozlari ertalabki osh boshlanganidan xabardor etadi. Mehmonlar dasturxonga o'tirib, fотиha o'qiganlaridan keyin ularga non va choy tortiladi. Shundan keyingina laganlarda ikki kishiga birlagan hisobidan osh olib kelinadi. Ovqatdan keyin laganlar olib quyiladi, mehmonlar yana fотиha o'qib, mezbonga minnatdorchilik bildirib ketadilar. Ular ketganidan keyin dasturxon tezgina yangi mehmonlarning tashrifi uchun tuzatiladi. Ertalabki osh odatda ko'pi bilan bir yarim-ikki soat davom etadi. Shu vaqt mobaynida taklif etilgan artistlar qo'shiq aytadilar. Ertalabki osh tugaganidan keyin faxriy mehmonlarga sovg'alar – odatda choponlar (milliy

erkak to'nlari) beriladi. Aza paytidagi ma'raka oshi shu bilan farq qiladiki, mehmonlar dasturxonga o'tirganlarida Qur'on suralarini o'qiydilar va o'lgan odamni xotirlaydilar. Ovqat tugaganda ham Kur'on suralari o'qiladi. Ma'raka oshida artistlar chaqirilmaydi, dasturxon bayram to'y oshiga qaraganda kamtarroq bezatiladi. Shuni aytib o'tish lozimki, bayram to'y oshi va ma'raka oshida faqat erkaklar xizmat qilib yuradi.

Milliy liboslar

Mahalliy xalqlar kiyimlarining o'ziga xosligi azaldan iqlimiy, maishiy sharoitlar va urug'-qabila an'analari bilan belgilanar edi. XIX asrdayoq kiyim (to'nlar, ko'ylaklar, yaktaklar) arxaik xususiyatlarga ega edi: keng, butunligicha bichilgan, uzun kiyim bo'sh tushib turib, inson tanasining shakllarini yashirib turar edi. Kiyim bir tariqa tikilgan: erkaklar, ayollar, bolalarning kiyimlari, yozgi va qishki kiyimlar shakli va bichilishi, tikilishi o'xshash bo'lar edi. An'anaviy milliy erkak kiyimi belbog' bilan bog'langan, qavilgan issiq to'n – chopon, do'ppi nomli bosh kiyimi va nafis charmdan tikilgan etikdan iborat edi. Erkaklar to'g'ri bichilgan yaktaklar, ostki va ustki choponlarni kiyar edilar. Chopon yengil yoki issiq, paxta qo'shib qavilgan bo'lishi mumkin edi. Chopon yonidan yurish va yerda o'tishi oson bo'lishi uchun kesiklar bor edi. Chopon odatda belbog' - qiyiqcha ro'mollari bilan bog'lanar edi. Bayramona milliy kiyim har kungidan foydalangan matolarning go'zalligi va nafisligi, bezaklari va kashtalari kabilari bilan ajralib turar edi. Ayollarning milliy kiyimi chopon, to'g'ri bichilgan va xonatlasdan tikilgan qulay ko'ylakdan, pasti torayib boradigan keng yupqa ishton – lozimdan iborat. Ayolning bosh kiyimi uchta asosiy qismidan tarkib topgan: qalpoqcha, ro'mol va kallapo'sh. bayramona ayol kiyimi tikilgan matolarining nafisligi va chiroyliligi bilan ajralib turadi. Bolalarning kiyimlari kattalar kiyimini takrorlab edi. Umumiy xususiyatlari bilan birga har bir tuman yoki qabiladagi kiyimlar ishlatiladigan matosi, bichish shakli va usuli va shu kabilardan iborat bo'lgan farqli xususiyatlariga ega bo'lgan.[183]

Yuqorida aytib oʻtilganlarni hisobga olgan holda “Moziyga bir nazar” (Glance to antiquity) turistik animatsion lohiyasini ishlab chiqdim.

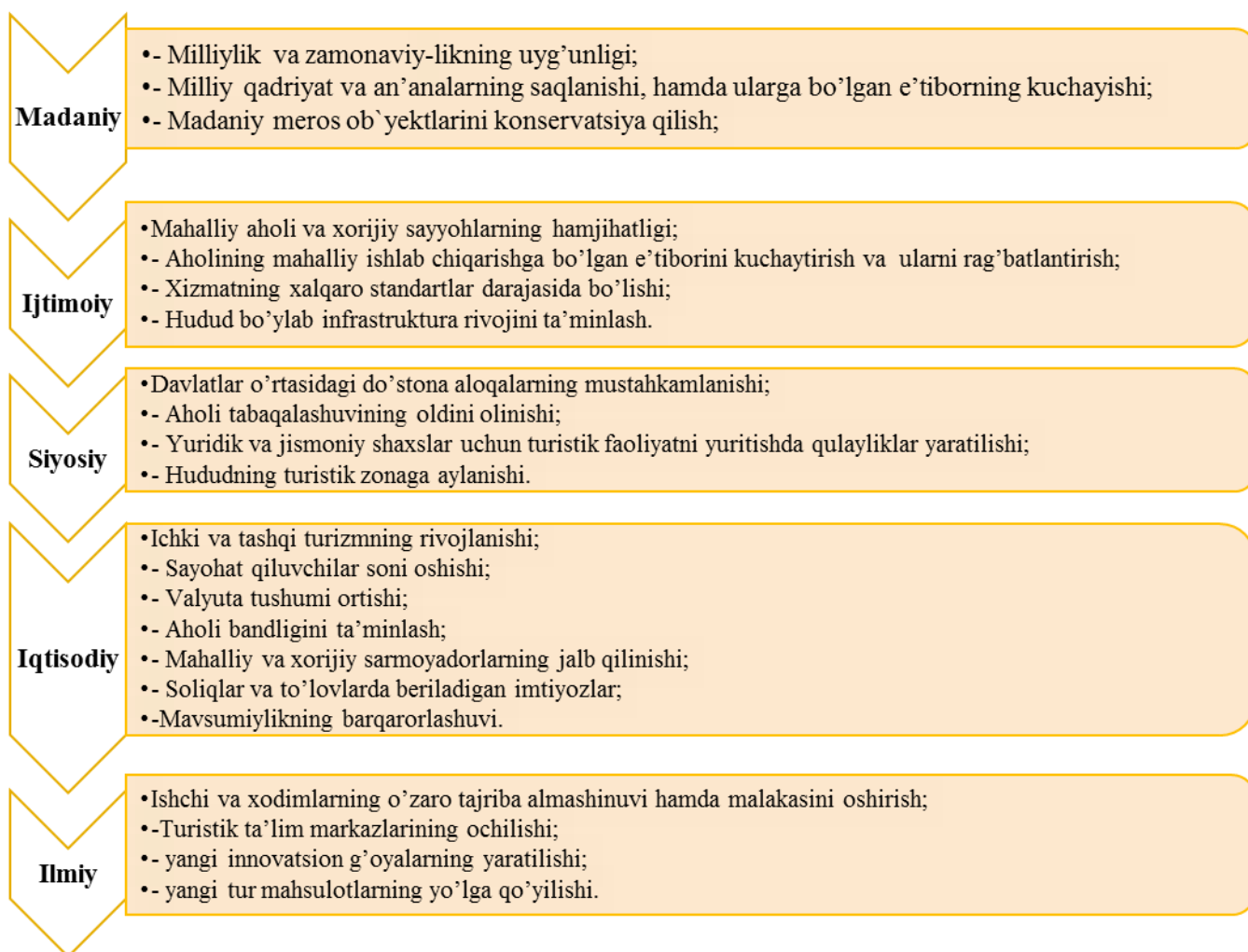
3.2 – jadval

“Moziyga bir nazar” (Glance to antiquity) turistik animatsion lohiyasi	
Oʻtkaziladigan joyi	Boqiy Buxoro drama teatri
Kim uchun	Barcha uchun
Maqsad	Buxoro tarixini qisqa muddatda koʻrsatib berish
Narxi	10 \$xorijiy sahhoh uchun, 35 000 soʻm mahalliy aholi uchun
Davomiyligi	1-1.5 soat
Boshlanish vaqti	18:00 (har kuni)

Bilamizki, mamlakatimizga kelayotgan sayyohlarning aksariyati yoshi katta sayyohlardir. Bu loyiha aynan shu faktni hisobga olgan holda ishlab chiqildi. Chunki, uzoq ekskursiyadan keyin toliqqan sayyohlar maʼnaviy dam olishadi. Bu loyihani amalga oshirish Buxoro hududiga quyidagi manfaatlarni keltiradi:

3.1 – chizma

Loyihani amalga oshirish Buxoro hududiga keltiradigan manfaatlar



Mening fikrimcha, ushbu loyiha har tomonlama manfaat keltiradi, kelajakda Buxoro turizmni yanada rivojlanishiga yordam beradi.

3.3. Buxoro mehmonxonalarida turistik animatsion faoliyatni yo'lga qo'yish

Viloyat miqyosida jami 100 ga yaqin, jumladan Buxoro shahrida 68 ta yangi mehmonxonalar qurilish ishlari boshlanib davom etmoqda. Xorijiy va mahalliy sarmoyadorlar bilan olib borilgan muzokaralar natijasida Buxoro shahrida o'n yildan ortiq vaqt davomida ishlamay turgan 3 ta yirik 480 ta o'rinli "Buxoro-palas", 390 ta o'rinli "Zarafshon" mehmonxonalari xorijiy va mahalliy investorlarga berilib, ularda rekonstruktsiya ishlari jadallik bilan olib borilmoqda. Shundan, "Orient Star Hotels" MChJga qarashli "Varaxsha" mehmonxonasi 2019 yilning may oyida o'z faoliyatini boshladi.



Indoneziyaning salohiyatli “Sahid Hotels Group” kompaniyasi va Buxoro shahridagi “Zarafshon” mehmonxonasi bilan hamkorlikda zamonaviy mehmonxonani boshqarish tizimini tashkil etish va unda xalqaro brendni joriy etish bo'yicha anglashuv memorandumini imzolandi.

Shuningdek, viloyatdagi 3 ta yirik “Turon Plaza”, “Varaxsha” va “Zarafshon” kabi mehmonxonalar davlat tomonidan taqdim etiladigan subsidiyalarga o'z nomzodlarini qo'yishgan. Jahon tajribalariga asoslanib, ushbu yirik mehmonxonalarda mehmonxona animatsiyasini tashkil etsa, sayyohlar uchun o'zgacha kayfiyat baxsh etardi. Misol uchun, konferensiya zallarida har xil tungi o'yinlar tashkil etish, Buxoro tarixi ko'rsata bera oladigan jonli shoular o'tkazish, milliy raqs va kuy-navolarni kuylash orqali sayyohlar charchog'ini chiqarish kabi tadbirlar ayni muddaodir.

Shu o'rinda viloyatimizda 337 ta mehmonxona va joylashtirish vositalari mavjud bo'lib, ularning negizida 3403 ta xonalar va 7813 ta o'rinlar yaratilib, sayyohlarga xizmat ko'rsatib kelmoqda. O'tgan davr mobaynida viloyat bo'yicha jami 169 ta mehmonxona va joylashtirish vositalari foydalanishga topshirilgan bo'lib, shundan 47 tasi zamonaviy mehmonxonalar bo'lib, ulardan 18 ta hostel, 120 tasi esa oilaviy mehmon uylari va 2 ta kvartiralar tashkil etilgan.

Yaqinda o'z ish faoliyatini boshlagan, Buxoroning Abu Xavs Kabir ko'chasi, Ark qo'rg'oni yon tomonida joylashgan, 80 kishilik sig'imga ega Ark mehmonxonasi ham bir qancha qulayliklarga ega bo'lib, mehmonxona animatsiyasini qo'llash uchun eng muddaodir.

Ark mehmonxonasi haqida qisqacha ma'lumot

Ark mehmonxonaning qurilishi 2018 yilda boshlangan bo'lib, 2 yil davomida qurilishi tugallandi. Mehmonxonaning Ark deb nomlanishining asosiy sababi, diqqatga sazovor bo'lgan bino Ark qo'rg'oni ro'parasida joylashganligidadir. Mehmonxona 2020 yil 1 mart kuni ochilish marosimini o'tkazdi.



3.2 – rasm. Mehmonxonaning ochilish marosimi

Binoning tashqari ko`rinishi 2 qavatli o`xshasa ham, u aslida 4 qavatdan iborat.

Mehmonxonaning 0 qavatida quyidagilar joylashgan:

- ☐ 80 kishilik sig`imga ega bo`lgan restoran
- ☐ Kafe-bar
- ☐ Konferensiya zal
- ☐ Tibbiyot punkti
- ☐ Biznes markaz (kserokopiya, skaner va internet)

1 qavatda esa;

- ☐ Qabulxona (Reception)
- ☐ 16 ta – bir kishilik, ikki kishilik va uch kishilik xonalari mavjud

Mehmonxonaning 2 qavatida quyidagilar mavjud:

- ☐ 23 ta – ikki kishilik, yarim lyuks va lyuks xonalar bor.

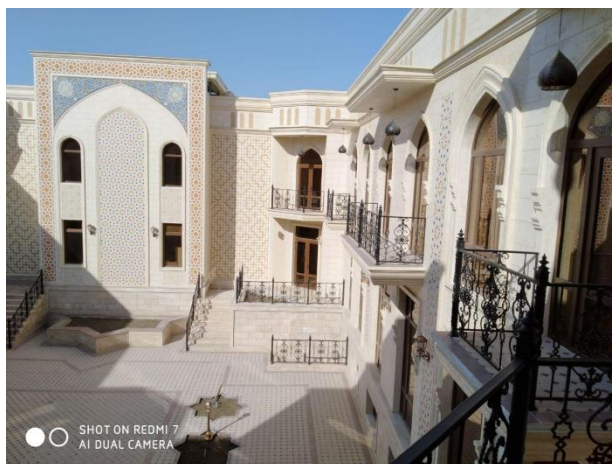
Mehmonxonaning 3 qavatida esa yozgi restoran (ya'ni open air) mavjud bo`lib, u yerda yozgi tadbirlarni, kechki ovqatni tashkillashtirish mumkin. Mehmonxonada 40 nafardan ziyod xodimlar ishlab kelmoqda. Bular: Direktor,

menedjer, hisobchi, shvedsar, administratorlar, xizmatkorlar - oqsochlar, oshpazlar, texnik xizmat xodimlari hisoblanadi.

Ushbu mehmonxonada quyidagi animatsion tadbirlarni yo`lga qo`yish mumkin.

- Ichki hovlida (3.3 – *rasm*) milliy raqs, jonli ijro, milliy urf-odatlar kabi tadbirlarni o`tkazish;
- Konferension zalida har xil turdagi konferensiyalarni, biznes uchrashuvlarni tashkil etish;
- Mehmonlarni noan`anaviy tarzda kutib olish; misol uchun mehmon ismi yozilgan milliy suvenirilar taqdim etish;
- Mehmonlarni kuzatayotib, mehmonxonani doim yodda tutishi uchun mehmonxona suratining kichraytirilgan taqvimini berish kabi animatsion dasturlar.

Quyida men, yozgi kechki bazm animatsion dasturini taqdim etmoqchiman. Bu loyiha mehmonxonaning ichki hovlisida o`tkazishni rejalashtirdim. Hovlining maydoni 400 m kv, bo`lib 80 kishilik sig`imga ega, hovlida favvoralar ham mavjud.



3.3 - jadval

Kechki bazm animatsion dasturi

Vaqli	Tadbirlar nomi
19:00	Mehmonlarni xushnud etish uchun Buxoro milliy navolari, milliy raqslar
19:30	Milliy modalar namoyishi, tarixiy shaxslar siymosini jonlantirgan holda
19:45	Urf- odatlarni namoyon etuvchi sahna ko`rinishlar
20:10	Mehmonlarni esda qolishi uchun o`yin-musobaqa (Sayyohlar yoshiga qarab o`yin tashkil etiladi va g`olib sayyohga mehmonxona sovg`asi taqdim etiladi)
20:30	Dasturni yakunlash

Loyihaning narxiga keladigan bo'lsak, yoz paytida tashkil etilgani uchun bepul. Biz bilamizki, yoz bizning yurtimiz uchun o'lik mavsumdir, shu sababli, ko'pgina mehmonxonalar narxlarini tushirishadi. Agar bu loyiha Ark mehmonxonasida qo'llansa uning nomavsumdagi narxi o'zgarmaydi, ana shu o'zgarmas narx orqali animatsion dastur tashkilotchilariga ish haqi ajratiladi.

Ushbu loyihadan ko'zlangan maqsad:

- Sayyohlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish;
- Sayyohlar ongida reklama tariqasida mehmonxona taasurotlari qoldirish (nostalgiya);
- Bo'sh ish- o'rin tashkil etish;
- Mavsumiylikni bartaraf etish;
- Mehmonxona nufuzini oshirish;
- Daromadning oshishi va hokazolar.

Umuman olganda bu loyihaning afzallik tomonlari bir qancha bo'lib, eng asosiysi sayyohga chuqur xotira qoldirishdir. Bu uchun albatta dastur ta'minotchilari eng yaxshi xizmatni ko'rsata olishlari shart va zarur.

III bob uchun xulosa

Buxoro shahri qadimiy shaharlardan biri bo'lib, turistik imkoniyatlari nihoyatda kengdir. Hozirgi kunda turistik animatsion xizmatlarni yo'lga qo'yish har bir turistik destinatsiyaning oldiga turgan dolzarb masalasidir. Buxoro hududida bir qancha turistik animatsiya chora tadbirlari yo'lga qo'yilgan.

Ushbu bobda men Buxoro hududidagi turistik animatsion imkoniyatlarini keltirib, xorij tajribasiga asosan yana boshqa turdagi animatsion dasturlarni taklif etdim.

Men taklif etayotgan animatsion dasturlar quyidagilar:

✓ Buxoroning har bir mehmonxonasida milliy ufr-odatlar, jonli ijrolar orqali “kechki bazm” madaniy hordiq tashkillashtirish;

✓ Ko`hna va boqiy Buxoro dramma teatrida Buxoro tarixini ko`rsatib beruvchi tarixiy sahna ko`rinishlarini tashkil etish.

Bundan ko`zlanayotgan asosiy maqsadlar:

- Sayyohlar bo`sh vaqtini mazmunli o`tkazish;
- Sayyohlar ongida reklama tariqasida mehmonxona taasurotlari qoldirish (nostalgiya);
- Bo`sh ish- o`rin tashkil etish;
- Mavsumiylikni bartaraf etish;
- turistik destinatsiyaning nufuzini oshirish;
- Daromadning oshishi va hokazolardir.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Turizm sohasi jahon hamjamiyatining ajralmas tarkibiy qismi boʻlib, mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotini rivojlantirish uchun muhim ahamiyat kasb etishini va u XXI asr jahon xoʻjaligining ustuvor tarmoqlaridan biri ekanligini alohida taʼkidlash lozim. Turizm insoniyat tamaddunining mahsuli. Ushbu tushuncha oʻzining nazariy va amaliy talqiniga ega. Shu tufayli uni atroflicha izohlash uchun unga odamlarning harakati, iqtisodiy kategoriya, siyosiy vaziyat, faol dam olish kabi jihatlardan qarash va izohlanishni talab qiladi.

Yildan – yilga turizmda yangi turlar hamda yangidan – yangi turistik xizmat turlari paydo boʻlib bormoqda.

Har bir sayyoh - avvalambor qayerga borishidan oldin uning uchun asosiy maqsadlari bu - oʻsha yerni qulayligi, ob-havosi, dam olish maskanlari, diqqatga sazovor joylari, va eng asosiysi narx masalasi qiziqtiradi. Bir narsani hech bir turizm sohasida faoliyat olib boradigan tashkilotlar unutmasligi lozim, sayyoh – biz yaratgan xizmatlarning isteʼmolchisi hisoblanadi. **“Agar siz yaratgan mahsulot isteʼmolchiga maʼqul boʻlsa, u shu mahsulotni qayta tanlashga intiladi”.**

Doimiy ravishda keraksiz baʼzi bir reklamalarga koʻp pul sarlashdan koʻra, sayyohga sifatli servisni taqdim etsak, maqsadga muvofiq boʻladi. Sahoyatchining oʻzi katta reklamachi hisoblanadi. Bu bir matematikaga oʻxshaydi $1+5$, yaʼni bir mijoz sayohatga borgan joyidan toʻla qanoatlansa, u oʻz yurtiga borib kamida 5 kishiga oʻz taasurotlarini hikoyalab beradi va bundan ilhomlangan tinglovchilar avtomatik tarzda oʻsha joyni koʻrishga intiladi va shu tarzda bepul reklama tarqalaveradi. Ana shu maqsadda, turistik animatsiya xizmatiga eng asosiy eʼtiborni qaratishimiz lozim.

Turizmda animatsiya – xizmat koʻrsatish sifatini oshirishga qaratilgan xizmat turidir va shu bilan birga bu reklama, mehmonlar va ularning doʻstlarini qayta jalb qilishning oʻziga xos turidir, shuningdek uning maqsadi turistik

sanoatning daromadliligi va rentabelligini oshirish uchun turistik mahsulotni bozorga chiqarishdir.

Turistik animatsiya - turistik xizmat, uni taqdim etish bilan sayyoh faol harakatlarga jalb qilinadi. Bu animatorning sayyohlar bilan shaxsiy aloqalariga, ularning turistik kompleksning animatsion dasturida taqdim etiladigan ko'ngilochar tadbirlarda birgalikda ishtirok etishlariga asoslanadi. Bu, turistik kompleksda, mehmonxonada, kruiz kemasida, poezdda amalga oshiriladigan turistik faoliyat turidir, u maxsus ishlab chiqilgan hordiq chiqarish dasturlarida qatnashish orqali turli tadbirlarga jalb qilinadi.

Animatsion turizmning eng asosiy maqsadi: dam olishga bo'lgan ehtiyojni qondirish, uning yaxshi kayfiyati, ijobiy taasurotlari, ma'naviy va jismoniy kuchlarini tiklashidir.

Xorijiy davlatlarning turizmiga e'tibor beradigan bo'lsak, ularning ko'pchiligi turistik animatsion dasturlariga o'z e'tiborini qaratishmoqda. Ispaniya turistik animatsiyaning tadbirlar yo'nalishida ko'p sayyohlarni mamnun etmoqda.

Xitoy o'zining noyob urf-odatlarini, mehmonxonalardagi noodatiy xizmat turlari ya'ni mehmonxona animatsiyasi orqali mehmonxona gavjumligini ta'minlamoqda.

Buxoro shahri qadimiy shaharlardan biri bo'lib, turistik imkoniyatlari nihoyatda kengdir. Hozirgi kunda turistik animatsion xizmatlarni y'olga qo'yish har bir turistik destinatsiyaning oldiga turgan dolzarb masalasidir. Buxoroda Turistik animatsiya bilan Buxoro hududida bir qancha chora tadbirlar yo'lga qo'yilgan. Ular turizmni rivojlanishiga o'z ijobiy ta'sirini ko'rsatmoqda.

Buxoroning ko'pgina turistik ob'yektlarida turistik animatsiyani qo'llash mumkin.

Tadqiqot jarayonida olingan ilmiy xulosa va takliflar quyidagilardan iborat: 1) turizmga oid adabiyotlarda animatsiyaning mavjud: turistik animatsiya, mehmonxona animatsiyasi turistik xizmat sifatida qaralishi tavsiya etiladi,

- 2) Buxoro sharoitidan kelib chiqib, turizm animatsiyasini rivojlantirishda Ispaniya va Xitoy davlatlaridan xorij tajribasini olish tavsiya etiladi,
- 3) “animatsiya” turizmning ikkilamchi bo`g`ini sifatida xizmat qiladi va uning atrofida turizmining barcha tarkibiy qismlari yig`ilinadi;
- 4) Buxoroda turistik animatsion faoliyatni amalga oshirilishda quyidagi takliflar tavsiya etiladi:

- ✓ Ko`hna va boqiy Buxoro majmuasi drama teatrida “Moziyga bir nazar”(Glance to antiquity) turistik animatsion faoliyatini yo`lga qo`yish (Buxoro tarixini ko`rsatib beruvchi tarixiy sahna ko`rinishlarini tashkil etish.
- ✓ Ark mehmonxonasida raqobatbardoshligini oshirish chora-tadbirlari hamda yo'llari sifatida mehmonxona animatsion xizmatini tashkil etish orqali hududiy turistik oqimlarini ko'paytirishga erishish.(milliy ufr-odatlar, jonli ijrolar orqali “kechki bazm” madaniy hordiq tashkillashtirish;)

Bundan ko`zlanayotgan asosiy maqsadlar:

- Sayyohlar bo`sh vaqtini mazmunli o`tkazish;
- Sayyohlar ongida reklama tariqasida mehmonxona taasurotlari qoldirish (nostalgiya);
- Bo`sh ish- o`rin tashkil etish;
- Mavsumiylikni bartaraf etish;
- turistik destinatsiyaning nufuzini oshirish;
- Daromadning oshishi va hokazolardir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

I. Normativ-huquqiy hujjatlar va metodologik ahamiyatga molik nashrlar

1. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi. 08.12.1992.
2. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risidagi" qonuni. № 549 02.07.2019.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Sh.Mirziyoyevning PF-4861 sonli "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni, 02.12.2016(<https://lex.uz/docs/-3077025>)
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi PF 5611 sonli "O'zbekiston Respublikasida Turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" farmoni (<https://lex.uz/docs/-4143188>).
5. 2017-2019-yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyatining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida. № PQ-2980 19.05.2017
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori PF 3217 sonli "2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida" qarori

II. Monografiya, ilmiy maqola, patent, ilmiy to'plamlar

7. Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность : учебное пособие / Г. А. Аванесова. - М., 2006. – 322 с. 2.
8. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. пособие для вузов / Т. Н. Третьякова. - М. : Академия, 2008. - 270 с.
9. Власова Т.И., Шарухин А.П., Панов Н.И. Анимационный менеджмент в туризме: уч. пособие. — М.: Академия 2010 — 312 с.
10. Гальперина Т. И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации : учебно-практическое пособие / Т. И. Гальперина ; Рос. междунар. акад. туризма. - М., 2008. - 292, [1] с.
11. Гаранин Н. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации [текст]:уч.пос.для вузов /Н. И.Гаранин,И.И.Булыгина.-М.:Сов.спорт,2004.-127 с.
12. Гойхман О. Я. Организация и проведение мероприятий : учебное пособие / О. Я. Гойхман. - М., 2011. - 119 с.
13. Жарков А. Д. Теория и технология культурно-досуговой деятельности : учебник: для вузов по специальности «Социально-культурная деятельность» / А. Д. Жарков ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М. : МГУКИ, 2007. – 479 с.
14. Журавлева М.М. Анимация в рекреации и туристской деятельности: курс лекций — Иркутск.: Мегатрип 2011 г. — 135 с.
15. Курило Л.В.Теория и практика анимации :Ч.1.Теоретические основы туристской анимации :уч.пос.-М.Сов.спорт,2006.-195 с.
16. Сервисная деятельность : учебное пособие / [Г. В. Чекмарева и др.] ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, 2006. - 150, [1] с.

17. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме. — М.: Академия 2008 — 191 с.
18. Тульчинский Г. Л. Менеджмент специальных событий в сфере культуры : учеб. пособие / Г. Л. Тульчинский, С. В. Герасимов, Т. Е. Лохина. — СПб. [и др.] : Планета музыки : Лань, 2010. - 384 с.
19. Гаранин Н.И., Булыгина И.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. Уч. пособие. - М., Советский спорт, 2003.
20. Жарков А.Д., Чижиков В.М. Культурно-досуговая деятельность. - М., 1998.
21. Казаренков В. Свободное время не просто отдых // Клуб. - М., 1998.
22. Котлер Ф. и др. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов : - М., 1998.
23. Приезжаева Е.М. Социально-культурная анимация в туризме. УМП М., РМАТ, 2003.
24. Thammapaphon Leeaumnaychok, "Introduction to Animation : A Guide for Learning the Basics of Animation," New York, 2007.
25. Sorachai Chawaranhgura, "A comparative Study of Student Achievement and Interest of the 2nd class student in formats of 2-D and 3-D Cartoon Animation," Thesis M.Ed. Bangkok: Institute of Technology, 2007.
26. Arkas Yaikokgruad, "The creation of Virtual 3-D Animation for Nail Dancingby Using motion capture equipment," Chiang Mai : Chiang Mai University, 2010.
27. Cignoni Paolo andScopigno, Roberto, "Sampled 3D Models for CH Applications :A Viable and Enabling New Medium or Just A Technological Exercise," ACM Journal on Computing and Cultural Heritage. 1 : Articles 2(2:1-2:23), 2008.
28. Remondino Fabio and Others, "3D Modelling of Complex and Detailed Cultural Heritage Using Multi-Resolution Data," ACM Journal on Computing and Cultural Heritage.2: Article 2(2:1-2:20),2009.
29. Jim Horn Jutamas me, "3Ds Max9 complete edition," New York: Success Media, 2007.
30. Boonchom Srisa-ard, "The principles of research 7th edition," Bangkok: Suweeriyasarn, 2002.
31. Thammasak Auraksakul, "The Creation of an animation," Retrieved 19 October 2011.
32. Lin Jianjun, "On the art of computer GraphicsFeatures and innovative space, 2007.
33. GuoKaihe, "Computer graphic design," Communication Universite of China Press, 2006.
34. Anslow Craig and Others, "EvaluatingX3D for use in software visualization," Software Visualization Proceedings of the 2006 ACM sysposium on Software Visualization, New York ACM, 2006, pp.161-162.
35. Johannes Behr and Others, " A Scalable architecture for the HTML5/X3D Integration model X3DOM," Web3D 2010 Proceedings of the 15th International Conference On Web3D Technology, New Youk :ACM, 2010, pp.1-10.
36. Khatib J.M., Chileshe N. and Sloan S., "Antecedents and benefits of 3D and 4DModeling for construction planners," Journal of Engineering, Design and Technology, 2007, pp.159-172.
37. American heritage dictionary 2012. Animation. Available: <http://ahdictionary.com/word/search.html?q=animation&submit.x=52&submit.y=23>, Accessed 13 March 2012

38. Business dictionary 2012. Definition of motivation Available:
<http://www.businessdictionary.com/definition/motivation.html>. Accessed 2 May 2012
39. College of tourism and hotel management. Tourism today Available:
<http://www.cothm.ac.cy/Tourism%20Today%20No%204.pdf>. Accessed 20 February 2012
40. Cooper, C. Fletcher, J, Fyall, A. Gilbert, D. & Wanhill, S, 2008, Tourism, Principles and practice, Essex: Pearson Prentice Hall
41. Generation Z marketing 2009. 7P's of the Marketing mix Available:
<http://genzmarketing.blogspot.com/2009/03/7ps-of-marketing-mix.html>. Accessed 13 May 2012
42. Global travel industry news 2011. Tourist arrival statistics. Available:
<http://www.eturbonews.com/22797/world-tourism-organization-releases-tourist-arrival-statistics>, Accessed 23 January 2012
43. Goeldner, R. Ritchie, J.R., 2011. Tourism: Principles, Practices, Philosophies, Wiley
44. Greek digital library search engine 2012. The hotel animation market in Greece: Challenges and perspective. Available: <http://openarchives.gr/view/95558>. Accessed 7 April 2012
45. Hansome, S. 2012. Hosting a memorable event, Final Project, Central Ostrobothnia University of Applied Sciences, Degree Program in Tourism
46. Incredible India, 2012. Goa tour. Available: <http://www.incredibleindia-tourism.org/leisure-holidays/goa.html> Accessed 22 February 2012
47. Indian forum 2011. Performance by a dance group from Nigeria Available
[:http://www.india-forums.com/wallpaper/800x600/87762-performance-by-dance-and-music-group-from-nigeria-during-the-afr.htm](http://www.india-forums.com/wallpaper/800x600/87762-performance-by-dance-and-music-group-from-nigeria-during-the-afr.htm) . Accessed 14 April 2012
48. Internal Revenue service IRS, 2012. Limited Liability Company . Available:
<http://www.irs.gov/businesses/small/article/0,,id=98277,00.html>. Accessed March 15 2012
49. ITA office of travel and tourism 2012 Historical outbound travel data.
 Available:industry,http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/outbound_historical_statistics_analyses.html. Accessed 28 March 2012
50. Javins, M., 2010: Lord of the ring (Tourism hits New Zealand). Available:
<http://www.gonomad.com/features/0301/lordoftherings.html>. Accessed 26 October 2010
51. Kolb M.B 2006, Tourism marketing for cities and towns,.Burlington Elsevier Science
52. Las Vegas Tourism, 2012. Wild with style Las Vegas. Available:
<http://lasvegastourism.com/>. Accessed: 5 February 2011.
53. Merco press 2012, South America has the strongest tourism expansion in 2011
 Available: <http://en.mercopress.com/2012/01/18/south-america-had-the-strongest-tourist-arrivals-expansion-in-2011-says-unwto> Accessed 12 February 2012
54. My agriculture information bank 2011. Introduction to agricultural economics.
 Available:
<http://www.agriinfo.in/default.aspx?page=topic&superid=10&topicid=187>.
 Accessed 25 March 2012
55. New Zealand tourism guide. 2010. Tourism hits New Zealand. Available:
<http://www.tourism.net.nz/lord-of-the-rings.html>. Accessed 27 October 2010

56. Organization for economic cooperation and development 1999, Greece at a glance: Policies for a sustainable recovery. O.E.C.D, Greece
57. Sociology central 2012. Sociology research skill. Available :
<http://www.sociology.org.uk/methfi>. pdf. Accessed 23 February 2012
58. SPQR 2010, Think quest, Project for student by student Available:
<http://library.thinkquest.org/26602/entertainment.htm>. Accessed 25 October 2010
59. Sun sea fun 2012. Remarc leisure entertainment Available:
http://sunseafun.com/main_content.html Accessed 15 november 2011
60. Swarbrooke, J. Beard, C. Leckie, S. Pomfret, G 2003. Adventure tourism the new frontier, Oxford: Elsevier Science
61. The independent UK, 2010. Spain turns to hollywood to boost tourism. Available:
<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/news/spain-turns-to-hollywood-to-boost-tourism-1856141.html>. Accessed 10 February 2012.
62. The Quebec safety promotion and crime prevention centre 2012. Guide to organising semi structured interview with key format. Available:
http://www.crpspc.qc.ca/Guide_entretien_versionWEB_eng.pdf. Accessed 15 March 2012
63. Tourism western Australia 2012. Experience extraordinary. Available:
http://www.tourism.wa.gov.au/Pages/welcome_to_tourism_western_australia.aspx x Accessed. 20 March 2012.
64. USA tourist 2012, Las Vegas
Available:<http://www.usatourist.com/english/destinations/nevada/lasvegas/las-vegas-main.html>. Accessed 23 October 2010
65. Veal A.J, 2006, Research method for leisure and tourism, Essex, Pearson education
66. Virgin Vacation, 2008. Top party cities of the world. Available: <http://www.virgin-vacations.com/11-top-party-cities.aspx>. Accessed 23 February 2012
67. Weierman K, Mathies C, 2004, The tourism and leisure industry, shaping the future, Binghamton, Haworth press
68. World tourism organization, 1999, International tourism: a global perspective, Madrid: World tourism organization.
69. Yeoman I, 2008, Tomorrows tourist, scenerios and trends,Oxford, Elsevier Science
70. Buntasheski, B. (2001). Animation in tourism offer. Ohrid: Research Institute of Tourism.
71. Butler, G. D. (1968). Introduction to community recreation. New York, N.Y.: McGraw Hill Inc..
72. Cerovic, Z. (1999). Characteristics of animators in tourism animation in hotel tourism offer. Opatija: Croatian Association of Hoteliers and Restaurateurs.
73. Finger, C., & Benoit. (1988). Lectures on training animators. Rabac.
74. Kripendorf, J. (1986). Traveling humanity. Zagreb: SNL and the Institute for Tourism Research.
75. Moisset, P. (1996). Accueil et animation. AFIT Agence Francaise de l'ingenierie touristique, Oktobar, Tournai, Belgique.
76. Relac, M., & Bartoluci, M. (1987). Tourism and sport recreation. Zagreb: Informator.
77. Štimac, K. (1975). The influence of the successful reception room guest in the hotel. Bulletin 3, Zagreb.
78. Bączek J.B. 2009, Animacja czasu wolnego w turystyce, Stegeman Polska, Warszawa.

79. 2. Bosiecki Stefan, Śniadek Joanna (red.), 2004. Metodyka i technika obsługi ruchu
80. turystycznego. AWF, Poznań.
81. 3. Litwicka P. 2010, Metodyka i technika pracy animatora czasu wolnego,
82. PROKSEBIA,
83. Kraków
84. 4. Mosiacki S. i Śniadek J. (red.) 2004. Metodyka i technika obsługi ruchu
85. turystycznego. AWF w Poznaniu.
86. 5. Wayne Rice, Mike Yaconelli, 1988, 400 plays and games, ElCajon, Kalifornia,
87. USA.
88. Кабушкин Н. И.. Менеджмент туризма. - М.: Новое знание, 2005. - с. 644.
89. Ким Ок Кьунг. "Маркетинг туристских гостиничных услуг" (теория и практика
90. становления на материалах Республики Узбекистан). Канд. дисс. - Т.: 1999,
91. 162 с.
92. Козырев В.М., Зорин И.В., Сурин А.И. и др. Менеджмент туризма. Экономика
93. туризма. Учебник (серия менеджмент туризма) (ГРИФ). - М.: Финансы и
94. статистика, 2004. - 253 с.
95. Косолонов А.Б. Теория и практика экологического туризма. Учебное пособие. -
96. М.: Финансы и статистика, 2005. - 253 с.
97. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейненз Д., Маркетинг, гостеприимство, туризм. пер.с
98. англ. под ред. проф. Р.Б.Наздревой, -М.:изд.объед.,«Юнити»,1998
99. Перспективы развития международного туризма. Материалы V -
100. Международной научно - практической конференции студентов и молодых
101. ученых. - Донецк. 2002.
102. Қосимова М., Ахмедов О.М., Ёдгоров М.Х. Маркетинг тадқиқоти. -Т.: "Ўқитувчи", 1998.
103. Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания /Сост. Ю.Н. Борисова,
104. Н.И.Гаранин, Ю.Б.Забаев, А.И.Сеселкин. - М.: РМАТ, 1997 -73 с.
105. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: Учебник / Ред. коллегия:
106. Квартальнов В.А. и др. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 352 с
107. Назарова Г., Хусанбаев Б., Ли Д., Стратегия развития туризма в Узбекистане:
108. экономический анализ возможностей и перспектив. -Т.: 2000. - 87 с.
109. Норчаев А.Н. The Uzbek model of tourism. Материалы VII - Международной
110. научно - практической конференции студентов и аспирантов. Донецк, 2004.
111. Норчаев А.Н. Туризм индустрияси менежменти. Республика илмий - амалий
112. анжуман. - Т.: 2003.
113. Одинцов А.А. Менеджмент организации. Введение в специальность. Учеб.
114. пособ. - М.: Экзамен, 2004, - 397 с.
115. Основы менеджмента и туризма (Науч. ред. В.А.Квартальнов) – М.: РМАТ.
116. 1996.
117. Пирожник И.И. Международный туризм в мировом хозяйстве. Минск. 1996.
118. Пугач И. Экспортный потенциал туризма в Узбекистане. Ж. "Экономическое
119. обозрение" №6(69), -Т.: 2005, С.32 -40
120. Саидов А.Ф. «Организационно-экономический механизм управления туризмом».
121. Докт.дисс. -Т.: 1995, 252 с.

102. Сапожникова. Е.Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран.- М.: Финансы и статистика, 2005. -240 с.
103. Сенин В.С. Организация международного туризма. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 400 с.
104. Соколова М.В. История туризма. Ученое пособие. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 352 с.
105. Тураев Б.Х. «Совершенствование системы менеджмента в туристической деятельности». Канд. дисс. - Самарканд: 2005, 140 с.
106. Чудновсий А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 437 с.
107. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 415 с.
108. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. - М.: “Финансы и статистика”, 2005. -416 с.
109. Балабанов И.Т. Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 176 с.
110. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2004, - 444 с.
111. Богданов Е., Кострюкова О., Орловская В., Фенин П. Планирование на предприятии туризма -М.: СПб: Изд. дом «бизнес-пресса», 2003.-288 с.
112. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 107 с.
113. Валдайцев С.В., Воробьев П.П. Инвестиции. Учебник. - М.: ТК Венби, издательство Проспект, 2003. - 300 с.
114. Воронкова Л.П. История туризма и гостепримства. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 304 с.
115. Гаранин Н.И. Забаев Ю.А., Сеселкин А.И. Информационные технологии в туризме – М.: РМАТ, 1996. – 116 с.
116. Голышева Е. Мировые тенденции и развитие туристского потенциала Узбекистана. Ж. “Экономическое обозрение” №10(62), -Т.: 2004, С.54 -56.
117. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 304 с.
118. Драчева Е. Л., Забаев Ю. В., Исмаев Д. К. Экономика и организация туризма. Международный туризм.учеб. пособие М. КНОРУС 2005.
119. Дурович А., Кабушкин Н., Сергеева Т. и др.; Под общ. ред. Н.И.Кабушкина. Организация туризма. Учеб. пособие/ – Мн.: Новое знание, 2003, - 442 с.
120. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие 3 - е изд., стереотип., (ГРИФ). - М.: Финансы и статистика, 2004. 496 с.
121. Дурович А.П. Реклама в туризме. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 254 с.
122. Елизаров Ю. Ф. Экономика организаций. Учебник - М.: Экзамен, 2005 - 496 с.
123. Жукова М.Ж. Индустрия туризма: менеджмент организации. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 200 с.
124. Жукова. М.Ж. Менеджемент в туристском бизнесе. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 288 с.

125. Unique Hellas (1997), Winter Tourism in Crete: A Pilot Programme for 1998-99. Vol 1, pp. 1-3.
126. Vaughan, R., Andriotis, K. and Wilkes, K. (2000), Characteristics of tourism employment: The case of Crete. Paper Presented in the 7th ATLAS International Conference. North-South: Contrasts and Connections in Global Tourism. June 18-21, 2000. Savonlinna, Finland.
127. Villas F., Béchamel L. International Tourism. An Economic perspective. Chippenham, 2001. - 400 p.
128. Smith, K., 1990. Tourism and Climate Change. *Land Use Policy*, 7(2): 176–180.
129. Snepenger, D. J., 1987. Segmenting Vacation Market by Novelty-Seeking Role. *Journal of Travel Research*, 26: 8–14.
130. Soecilo, J. and Mings, R.C. (1987), Assessing the seasonality of tourism. *Visions in Leisure and Business*. Vol 6, No 2, pp. 25-38.
131. Soo Cheong, J. (2004). Mitigating Tourism Seasonality: A Quantitative Approach. *Annals of Tourism Research*, 31(4):819-
132. Spartidis, A. (1976), Employment in the Tourist Sector and its Socio-economic Implications. In *Planning and Development of the Tourist Industry in the EC Region*, Dubrovnik 13-18 October 1975, (pp. 119-21). Economic Commission for Europe (eds). New York, United Nations.
133. Stephen J Page, Paul Brunt, Graham Busby and Jo Connell, *Tourism: a modern synthesis*, Printed in Italy by G. Canale & Co 2001. - 240 p.
134. Sutcliffe, C. M. S. and Sinclair, M. T. (1980). The measurement of seasonality within the tourist industry: an application of tourist arrivals in Spain, *Applied Economics*. 12(4), 429-441.
135. Szivas, E., Riley, M., and Airey, D. (2003). Labor mobility into tourism: attraction and satisfaction, *Annals of Tourism Research*. 30(1), 64-76.
136. Takane, Y., Young, F. W., DeLeeuw, J., 1977. Nonmetric Individual Differences Multidimensional Scaling: An Alternating Least Squares Method with Optimal Scaling Features. *Psychometrika*, 42: 7–67.
137. Theodosakis, N. (1994), Employment in Tourism Establishments of Crete (1989, 1991, 1993). Heraklio, Institute of Computer Mathematics, [in Greek].
138. Tomazos, K.: Volunteer Tourism, an ambiguous phenomenon: An analysis of the demand and supply for the volunteer tourism market. In: *Innovative Marketing*, (2010) Vol 6, no. 4, p.42-47.
139. Tosun, C. (1999), An analysis of the contribution of inbound international tourism in Turkey. *Tourism Economics*. Vol 5, No 3, pp. 217-50.
140. Page, S., Steele, W., et al.: Analysing the Promotion of Adventure Tourism: A Case Study of Scotland. In: *Journal of Sport & Tourism* (2006) Vol. 11, no.1 p.5176.
141. Papadaki-Tzedaki, S. (1997), Endogenous Tourism Development in Rethymno: Development or Underdevelopment. PhD thesis. Rethymno, University of Rethymno, [in Greek].
142. Papadopoulos, S.I. (1985), An Economic Analysis of Foreign Tourism to Greece: An Examination of the Growth and Structure of Foreign Tourism to Greece 1960-1984 with a Planning Model and Marketing Policy Recommendations. PhD thesis. Bradford, University of Bradford.
143. Pearce, D.G. (1989), *Tourist Development*. 2nd ed. New York, Longman.

144. Pender.L., Sharpley.R., The management of tourism., SAGE Publications, I. London, 2005, 253 p.
145. Pollock A., Creating intelligent destinations for wired consumers, in ENTER1998 Conferens proseedings, Vienna 1998, SpringerComputerScience, P.34-39
146. Richard Sharpley and David J. Telfer, Tourism and Development: Concepts and Issues, Printed and bound in Great Britain by Cambrain Printers Ltd. 2002. - 300 p.
147. Ritchie J. & Rouch G., The competitive destination: A sustainable tourism perspective., Oxon. CABI., 2003.
148. Rocco M., Andrew N. Hospitality today. An Introduction.Fifth Edition.- American Hotel&Lodging Association is a nonprofit educational foundation. 551 p.
149. Власова, Т.И. Анимационный менеджмент в туризме: учебное пособие / Т.И. Власова, А.П. Шарухин, Н.И. Панов. – М.: «Академия», 2010. – 320 стр.
150. Барашок, И.В. Анимационная деятельность в туризме и гостеприимстве: методическое пособие/ И.В. Барашок. – Владивосток: ДВГУ, 2010. – 51 с.
151. Гальперина, Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ: рабочая тетрадь/ Т.И. Гальперина. – М.: Советский спорт, 2008. – 130 с.
152. Приезжева, Е.М. Анимационный менеджмент/ Е.М. Приезжева. – М.: Советский спорт, 2008. – 357 с.
153. Третьякова, Т. Н. Анимационная деятельность в социально – культурном сервисе и туризме / Т. Н. Третьякова. – М.: Академия, 2008. – 272 с.
154. <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=408310> Ульрих, К. Интерактивная Web-анимация во Flash. - М. : ДМК Пресс, 2010. - 568 с
155. Аванесова, Г.А. Культурно-досуговая деятельность: теория и практика организации /Г.А. Аванесова. – М: Аспект-Пресс, 2006. – 236 с.
156. Гальперина, Т.И. Актерское мастерство в деятельности менеджера туристской анимации / Т.И. Гальперина. – М: РИБ «Турист», 2007 – 54 с.
157. Курило, Л.В. Теория и практика анимации: Ч.1. Теоретические основы туристской анимации: Учебное пособие/ Л.В. Курило. – М: Сов. Спорт, 2006. - 180 с.
158. Лемер, Синди. Искусство организации мероприятий: стоит только начать / Синди Лемер. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 228 с.
159. Панфилов, В. Режиссеру праздника. Игра // Праздник. – 2006. - №3. – С.5
160. Руденко, А.М. Психология социально-культурного сервиса и туризма / А.М. Руденко, М.А. Довгалева. – Ростов-на-Дону, 2006
161. Шумович, А.В. Великолепные мероприятия: Технология и практика event management / А. В. Шумович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.
162. <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=408310> Ульрих, К. Интерактивная Web-анимация во Flash. - М. : ДМК Пресс, 2010. - 568 с.
163. Борисова Ю. Н., Гаранин Н. И. и др. Менеджмент гостиничного и ресторанного обслуживания. - М., 1997.
164. Браймер Р. А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1995.
165. Булыгина И. И. Значение курса туранимации в подготовке менеджеров туризма // Актуальные проблемы туризма'99. - М., 1999.

166. Гаранин Н. И. Менеджмент туранимации в туркомплексах // Актуальные проблемы туризма'99. - М., 1999.
167. Квартальное В. А. Туризм: теория и практика: Избр. труды. В 5 т. - М.: Финансы и статистика, 1998.
168. Менеджмент туризма: Туризм как объект управления: Учеб-ник. - М.: Финансы и статистика, 2002.
169. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. - М.: Дело, 1992.
170. Основы туристской деятельности: Учебник для учащихся ту-ристских лицеев и колледжей. - М.: Советский спорт, 2001.
171. Основы управления в индустрии гостеприимства / Пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 1995.
172. Уокер Д. Введение в гостеприимство. - М.: ЮНИТИ, 1999.
173. Усыскин Г. С. Очерки истории российского туризма. - СПб.: Герда, 2000.
174. Чепик В. Д., Квартальнов А. В. Специалисты менеджмента спортивного туризма // Актуальные проблемы туризма'99. - М., 1999.
175. Воронина Г. Б. «Анимация, анимационная деятельность: сущность понятий»
176. Zlatko JAKOVLEV, Cane KOTESKI, Nikola V. DIMITROV, Tanja ANGELKOVA, Kristijan DZAMBAZOSKI “ CULTURAL-AMUSEMENT ANIMATION FACTOR FOR TOURIZM DEVELOPMENT”
177. Гончаренко А. Б. “АНИМАЦИОННЫЙ СЕРВИС” Санкт-Петербург, 2016, 5-15 бб.

III.Foydalanilgan boshqa adabiyotlar

3.1.Internet saytlari

178. <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/animatsiya>
179. <https://studfiles.net/preview/5714101/>
180. https://studopedia.ru/8_39555_animatsiya-v-turizme-osobennosti-animatsionnogo-menedzhment
181. <http://www.caleidoscope.in/art-culture/the-potential-of-animation-for-tourism-industry>
182. <http://tarix.uz/ru/milliy-urf-odatlar>
183. [https://ru.wikipedia.org/wiki/Анимация_\(сфера_развлечений\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Анимация_(сфера_развлечений))
184. http://tourlib.net/books_tourism/jukova13.htm
185. http://tourlib.net/books_tourism/artemova4-2.htm
186. http://studbooks.net/43549/turizm/klassifikatsiya_turizma_sezonnostyu_intensivnosti_turpotoka
187. <http://kommersant.uz/articles/list-articles/sezonnost-v-turizme-izbezhat-ne-udastsya-no-priruchit-mozhno>
188. <http://www.scienceforum.ru/2015/910/7888>
189. <http://www.booksite.elsevier.com/.../Chapter%20%20-%20The%20Geograph>
190. <https://prezi.com/oqblsqyyfwsg/issues-of-seasonality-in-tourism-industry/>
191. http://uchebnikonline.com/turizm/suchasni_riznovidi_turizmu_-_klyap_mp/klasifikatsiya_turizmu_sezonnistyu_intensivnistyu_turpotoku.htm
192. <http://www.kukiani.ru/index.php?page=content&subpage=s&r=9&p=28&s=103>
193. <http://studopedia.org/8-229555.html>

194. http://studopedia.ru/2_108546_sezonnost-v-mezhdunarodnom-turizme-i-ee-znachenie.html
195. <https://sites.google.com/site/hospitalitytourismlists/>
196. <https://sites.google.com/site/templeunivsitemap/home>
197. <https://sites.google.com/site/adjectivalheritagetourism/home/heritage-tourism-main-site-map>
198. <http://guides.temple.edu/content.php?pid=4476&sid=27411#17305102>
199. <https://sites.google.com/site/hospitalitydatabasesandtools/tourism-and-hospitality-dictionaries>
200. <http://groups.yahoo.com/group/Net-Gold/message/21017>
201. <https://sites.google.com/site/hospitalitydatabasesandtools/Home/encyclopedias>
202. <https://sites.google.com/site/hospitalitydatabasesandtools/tourism-and-hospitality-research-guides-and-resource-sources>
203. <http://groups.yahoo.com/group/Net-Gold/message/21207>
204. <https://sites.google.com/site/hospitalitydatabasesandtools/hospitality-and-tourism-organizations-and-associations>
205. <https://sites.google.com/site/tourismcoreresources/Home/tourism-webliographies-and-bibliographies>
206. <http://groups.yahoo.com/group/Net-Gold/message/21763>
207. <https://www.shine.cn/feature/lifestyle/1804263702/>
208. <http://www.caleidoscope.in/art-culture/the-potential-of-animation-for-tourism-industry>
209. <https://www.theolivepress.es/spain-news/2020/02/03/spain-experienced-most-successful-year-ever-for-tourism-in-2019-and-broke-record-for-seventh-consecutive-year/>
210. <http://scb.es/en/why-spain/spain-a-global-tourist-power/>
211. <https://www.visitvalencia.com>