Ilmiy tadqiqotlar va ularning yechimlari jurnali
Aoka guvohnoma № 323759 ISSN: 3060-4818

TUROPERATORLIK FAOLIYATIDA TURISTIK OQIMLARNI BOSHQARISH VA MAVSUMIYLIKNI KAMAYTIRISHNING IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Turanova Diyora Valijon qizi
Qo'qon Universiteti o'qituvchisi
adiyora1995@gmail.com
https://doi.org/10.5281/zenodo.22863823

Annotatsiya. Maqolada turoperatorlik faoliyatida turistik oqimlarni boshqarish va mavsumiylikni kamaytirishning iqtisodiy mexanizmlari tizimli tahlil qilingan. O'zbekiston turizm bozorining so'nggi yillardagi jadal o'sish dinamikasi va shu bilan birga saqlanib qolayotgan mavsumiy nomutanosiblik muammosi asoslangan. Mavsumiylikni kamaytirish mexanizmlari narxlash, mahsulot diversifikatsiyasi, hududiy-vaqtinchalik qayta taqsimlash, davlat rag'batlantirish hamda marketing yo'nalishlari bo'yicha guruhlangan va "talab-taklif" hamda "bozor-davlat" o'qlari asosida matritsa shaklida tizimlashtirilgan. Tadqiqot natijalari turoperatorlik korxonalari va davlat boshqaruv organlari uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqishda foydalanilishi mumkin.
Kalit so'zlar: turoperatorlik faoliyati, turistik oqim, mavsumiylik, iqtisodiy mexanizm, dinamik narxlash, turizm diversifikatsiyasi, davlat rag'batlantirish.

Аннотация. В статье проведен системный анализ экономических механизмов управления туристскими потоками и снижения сезонности в деятельности туроператоров. Обоснована динамика ускоренного роста туристического рынка Узбекистана при сохранении проблемы сезонной неравномерности. Механизмы сглаживания сезонности систематизированы по направлениям ценообразования, диверсификации продукта, территориально-временного перераспределения, государственного стимулирования и маркетинга, представлены в виде матрицы по осям "спрос-предложение" и "рынок-государство". Результаты исследования могут быть использованы туроператорскими предприятиями и органами государственного управления при разработке практических рекомендаций.
Ключевые слова: туроператорская деятельность, туристский поток, сезонность, экономический механизм, динамическое ценообразование, диверсификация туризма, государственное стимулирование.

Abstract. The article provides a systematic analysis of the economic mechanisms for managing tourist flows and reducing seasonality in tour operating activities. The accelerated growth dynamics of Uzbekistan's tourism market are substantiated alongside the persisting problem of seasonal imbalance. Seasonality-mitigation mechanisms are grouped by pricing, product diversification, territorial-temporal redistribution, state incentives, and marketing, and are systematized as a matrix along the "demand-supply" and "market-state" axes. The findings can be used by tour operating enterprises and public administration bodies to design practical recommendations.
Keywords: tour operating activity, tourist flow, seasonality, economic mechanism, dynamic pricing, tourism diversification, state incentives.

Kirish

Turizm sohasi O'zbekiston iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylanmoqda. Milliy statistika qo'mitasining ma'lumotlariga ko'ra, 2025 yilda mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy fuqarolar soni 11,7 million kishini tashkil etib, bu ko'rsatkich 2024 yilga nisbatan 46,8 foizga oshgan [10]. Shu bilan birga, davlat 2030 yilgacha yillik turistik oqimni 20 million kishiga va turizmning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 7 foizga yetkazishni maqsad qilgan. Ushbu jadal o'sish fonida turoperatorlik korxonalari faoliyatida mavsumiylik muammosi yanada dolzarblashmoqda: yuqori mavsumda infratuzilmaga ortiqcha yuklama va narxlarning keskin o'sishi, past mavsumda esa asosiy fondlarning bo'sh turishi, xodimlarni saqlab qolish qiyinligi va turoperatorlar likvidligining pasayishi kuzatiladi.

Muammoning amaliy ahamiyati davlat siyosatida ham o'z aksini topgan: xususan, aprel-iyun oylari "ochiq turizm mavsumi" deb e'lon qilinib, aviakompaniyalarga jalb qilingan har bir turist uchun 100 AQSh dollarigacha, turoperatorlarga esa har 1000 sayyoh uchun 5000 AQSh dollarigacha subsidiya ajratilmoqda [8]. Bunday chora-tadbirlarning iqtisodiy samaradorligini ilmiy asoslash, ularni tizimli mexanizmlar majmuiga aylantirish maqolaning dolzarbligini belgilaydi.

Mavzu bo'yicha adabiyotlar tahlili

Turizmdagi mavsumiylik muammosi xalqaro ilmiy adabiyotda uzoq tarixga ega. R. Butler turizm hududining hayotiy sikli nazariyasi doirasida mavsumiy tebranishlarning rivojlanish bosqichlariga ta'sirini ko'rsatgan [1]. T. Baum va S. Lundtorp tomonidan tahrirlangan tadqiqotlarda mavsumiylikni tekislashning marketing, narxlash va mahsulot diversifikatsiyasi orqali amalga oshiriladigan strategiyalari tizimlashtirilgan [2]. A. Cuccia va I. Rizzo mavsumiylikning iqtisodiy modellarini ishlab chiqqan [3], R. BarOn esa mavsumiylikni o'lchash indekslarini taklif etgan [4].

Mahalliy tadqiqotchilardan A.S. Asrakulov turistik faoliyat ko'rsatkichlarining mavsumiy tebranishlarini tekislash uslubiyotini "sirpanuvchi o'rtacha" usuli asosida o'rgangan va tebranishlar intensivligiga ta'sir etuvchi omillarni tizimlashtirgan [5]. M.T. Aliyeva iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida turizm xizmatlari sohasini boshqarishning iqtisodiy jihatlarini tadqiq etgan [6]. I. To'xliev, F. Qudratov va M. Pardaevlarning turizm iqtisodiyoti bo'yicha asarlari milliy turizm iqtisodiyoti maktabining nazariy-uslubiy poydevorini tashkil etadi [7]. Shunga qaramay, turoperatorlik faoliyati darajasida mavsumiylikni kamaytirishning kompleks iqtisodiy mexanizmlar tizimi va uning samaradorligini baholash metodologiyasi hali yetarlicha o'rganilmagan, bu tadqiqotning ilmiy yangiligini belgilaydi.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqotda tizimli yondashuv, mantiqiy va qiyosiy tahlil, statistik ma'lumotlarni guruhlash hamda klassifikatsiya usullaridan foydalanildi. Iqtisodiy mexanizmlar "talab-taklif" va "bozor-davlat" mezonlari bo'yicha ikki o'qli matritsa shaklida tizimlashtirildi. Empirik asos sifatida Milliy statistika qo'mitasi va Turizm qo'mitasining ochiq ma'lumotlaridan foydalanildi [10].

Tahlil va natijalar

O'tkazilgan tahlil natijasida turoperatorlik faoliyatida mavsumiylikni kamaytirishga qaratilgan iqtisodiy mexanizmlarni besh yo'nalishga ajratish mumkin: narxlash mexanizmlari, mahsulot diversifikatsiyasi, hududiy-vaqtinchalik qayta taqsimlash, davlat rag'batlantirish mexanizmlari hamda marketing-iqtisodiy mexanizmlar. Ushbu mexanizmlarni kim tomonidan qo'llanilishi (bozor yoki davlat)

va nimaga qaratilganligi (talab yoki taklif) bo'yicha quyidagi matritsada tizimlashtirish taklif etiladi (1-jadval).

1-jadval. Mavsumiylikni kamaytirish mexanizmlarining tasnifiy matritsasi

	Talab tomonidan ta'sir	**Taklif tomonidan ta'sir**
Bozor mexanizmlari	Differensial va dinamik narxlash; erta bron va oxirgi daqiqa chegirmalari; paket takliflar	Mahsulot diversifikatsiyasi (MICE, sog'liqni saqlash, gastronomik turizm); yangi hududlarni ochish
Davlat mexanizmlari	Maqsadli reklama; viza yengilliklari; mavsumdan tashqari davr uchun targ'ibot dasturlari	To'g'ridan-to'g'ri subsidiyalar; soliq imtiyozlari; davlat-xususiy sheriklik orqali infratuzilma

Matritsadan ko'rinib turibdiki, samarali natijaga faqat bitta mexanizmni qo'llash orqali emas, balki barcha to'rtta kvadrant bo'yicha kompleks yondashuv orqali erishish mumkin. Quyida har bir mexanizm guruhi alohida ko'rib chiqiladi.

Narxlash mexanizmlari.

Differensial va dinamik narxlash O'zbekiston turoperatorlik amaliyotida hali tizimli tarzda joriy etilmagan, garchi xalqaro tajriba (aviakompaniyalar va mehmonxona tarmoqlarining yield management tizimlari) buning yuqori samaradorligini isbotlagan. Hozirgi bosqichda narx tebranishlari asosan stixiyali — mavsum boshlanishi bilan mehmonxona va transport narxlari nazoratsiz oshib ketadi, bu esa uzoq muddatli talabni barqarorlashtirish o'rniga qisqa muddatli daromadni maksimallashtirishga xizmat qiladi. Erta bron qilish tizimlarini joriy etish (mavsumdan 3-6 oy oldin 15-20 foiz chegirma) va oxirgi daqiqa takliflarini rasmiylashtirish orqali talabni ikki yo'nalishda — oldinga va orqaga — siljitish mumkin.

Mahsulot diversifikatsiyasi.

Bu yo'nalish bo'yicha O'zbekistonda ijobiy dinamika kuzatilmoqda: sog'liqni saqlash turizmida xorijdan kelayotgan bemorlar soni o'sib bormoqda, "O'zbekiston — 2030" strategiyasida bu segment uchun alohida 1,5 milliard AQSh dollarlik eksport maqsadi belgilangan. Shu bilan birga, MICE turizmi (konferensiya, ko'rgazma, korporativ tadbirlar) hali institutsional jihatdan yetarlicha rivojlanmagan — mamlakatda yirik xalqaro konferens-markazlar soni cheklangan, bu esa yil davomida barqaror talab yarata oladigan ushbu segmentning o'sishini sekinlashtirmoqda. Gastronomik va ekoturizm yo'nalishlari ham potentsial jihatdan katta, ammo hozircha asosan ikkilamchi mahsulot sifatida (asosiy madaniy-tarixiy tur tarkibida) taqdim etilmoqda, mustaqil mahsulot sifatida targ'ib qilinmayapti.

Hududiy-vaqtinchalik qayta taqsimlash.

Turistik oqimning asosiy yo'nalishlarga (Samarqand, Buxoro, Xiva) yuqori konsentratsiyalashuvi nafaqat mavsumiy, balki hududiy nomutanosiblikni ham kuchaytiradi. Yozgi issiqlik davrida ushbu shaharlarda kunlik jadvalni qayta ko'rib chiqish (masalan, tashrif vaqtini erta tong va kechqurunga siljitish) taklif etilgan bo'lib, bu vaqt bo'yicha talabni qayta taqsimlashning amaliy namunasidir. Bunga qo'shimcha ravishda, Farg'ona vodiysi, Surxondaryo va Orol bo'yi kabi hozircha kam o'zlashtirilgan hududlarni turistik marshrutlarga qo'shish orqali ham vaqt, ham geografik yuklamani

muvozanatlashtirish mumkin — bu yo'nalish PQ-161-son qaror bilan institutsional qo'llab-quvvatlanmoqda [9].

Davlat rag'batlantirish mexanizmlari.

Amaldagi subsidiya dasturi (aviakompaniyalarga turist boshiga 100 AQSh dollarigacha, turoperatorlarga 1000 sayyoh evaziga 5000 AQSh dollarigacha) — taklif tomoniga yo'naltirilgan davlat mexanizmining aniq namunasi. Bunga qo'shimcha, soliq imtiyozlari (masalan, kemping va "safari" turizmi uchun mol-mulk va yer solig'i stavkalarining hisoblangan summaning 1 foizigacha pasaytirilishi) taklif tomonini yanada rag'batlantiradi. Biroq bu ikki mexanizmning birgalikdagi iqtisodiy samaradorligi — ya'ni subsidiya va soliq imtiyozi natijasida qancha qo'shimcha turoperator faoliyati mavsumdan tashqari davrga "ko'chgani" — hali rasmiy monitoring tizimi orqali o'lchanmayapti. Bu dissertatsiyaning eng kuchli ilmiy yangilik nuqtalaridan biri bo'lishi mumkin.

Marketing-iqtisodiy mexanizmlar.

Xalqaro bozorlarning milliy bayram va ta'til kalendarlari O'zbekiston turistik mavsumiga har xil darajada mos keladi: masalan, Xitoy bozori uchun fevral (Xitoy Yangi yili) va oktabr (Milliy bayram) davrlari o'ziga xos "mikro-mavsum" yaratadi, bu esa O'zbekiston uchun rasmiy past mavsumda ham qo'shimcha oqim manbai bo'lishi mumkin. Xitoydan kelgan turistlar sonining 2025 yilda avvalgi yilga nisbatan deyarli 4 baravar o'sishi shuni ko'rsatadiki, maqsadli marketing va viza yengilliklari (masalan, elektron viza tizimini soddalashtirish) orqali bunday "aralash mavsumiy" bozorlarni jalb qilish real natija bermoqda.

Xulosa va takliflar

O'tkazilgan tahlil asosida quyidagi ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqildi:

Birinchidan, turoperatorlik korxonalarida dinamik narxlash tizimini joriy etish uchun me'yoriy-uslubiy asos yaratish zarur. Bunda O'RQ-549-son Qonunga tegishli qo'shimchalar kiritish, shuningdek turoperatorlar uchun namunaviy narxlash uslubiyotini (mavsum bosqichlariga qarab narx koeffitsientlari jadvali) ishlab chiqish tavsiya etiladi.

Ikkinchidan, davlat subsidiya va soliq imtiyozi dasturlarining samaradorligini har yili baholab boruvchi monitoring mexanizmini shakllantirish lozim. Bunday monitoring mavsumiylik indeksining (masalan, oylik turistik oqim ko'rsatkichlarining o'rtacha qiymatdan chetlanishi) dinamikasini subsidiya hajmi bilan qiyoslash orqali amalga oshirilishi mumkin.

Uchinchidan, MICE va sog'liqni saqlash turizmi kabi mavsumdan mustaqil segmentlarni rivojlantirish bo'yicha alohida davlat dasturini ishlab chiqish, jumladan yirik konferens-infratuzilmani qurish uchun davlat-xususiy sheriklik shartnomalarini rag'batlantirish talab etiladi.

To'rtinchidan, PQ-161-son [9] qaror doirasida hududiy turistik klasterlarni rivojlantirish orqali oqimni geografik jihatdan diversifikatsiya qilish, xususan Farg'ona vodiysi va Orol bo'yi kabi kam o'zlashtirilgan hududlar uchun alohida targ'ibot byudjetini ajratish maqsadga muvofiq.

Beshinchidan, milliy bayram kalendarlari O'zbekiston mavsumiga mos kelmaydigan bozorlar (Xitoy, Hindiston, Yaponiya) uchun maqsadli, kalendarga moslashtirilgan marketing strategiyasini ishlab chiqish tavsiya etiladi.

Taklif etilgan tasnifiy matritsa, uni amaldagi me'yoriy-huquqiy baza va real statistik ko'rsatkichlar bilan bog'lagan holda, turoperatorlik faoliyatida mavsumiylikni kamaytirish bo'yicha kompleks strategiya ishlab chiqishning nazariy-uslubiy asosi bo'lib xizmat qilishi mumkin. Kelgusi tadqiqotlar

uchun asosiy yo'nalish — har bir mexanizmning alohida-alohida iqtisodiy samaradorligini ekonometrik usullar (regressiya tahlili, mavsumiylik indeksi dekompozitsiyasi) yordamida miqdoriy baholashdan iborat bo'lishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Butler R.W. Seasonality in tourism: issues and implications // The Tourism Industry: An International Analysis. — Wallingford: CAB International, 1994.
2. Baum T., Lundtorp S. (eds.) Seasonality in Tourism. — Oxford: Pergamon, 2001.
3. Cuccia T., Rizzo I. Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily // Tourism Management. — 2011. — Vol. 32(3).
4. BarOn R.V. Seasonality in Tourism: A Guide to the Analysis of Seasonality and Trends for Policy Making. — London: Economist Intelligence Unit, 1975.
5. Asrakulov A.S. Turizm sohasida turistik faoliyat ko'rsatkichlari mavsumiy tebranishlarini tekislash // Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil. — 2024. — №2.
6. Aliyeva M.T. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida turizm xizmatlari sohasini boshqarishning iqtisodiy jihatlari: i.f.d. (DSc) dis. avtoref. — Toshkent, 2019.
7. To'xliev I., Qudratov F., Pardaev M. Turizmni rejalashtirish. Darslik. — Toshkent: Iqtisod va moliya, 2008.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 19-noyabrdagi PQ-348-son qarori.
9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 30-apreldagi PQ-161-son qarori.
10. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasining rasmiy ma'lumotlari, 2025-2026 yy.