

TUROPERATORLIKDA MARKETINGDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH

Qutlimurotov Fayzullo Sadulayevich

“Alfraganus university” nodavlat oliy ta’lim tashkiloti,
Xalqaro turizm menejmenti kafedrası katta o’qituvchisi

E-mail: fayzula2023@mail.ru

Annotatsiya

Ijtimoiy hayotga XXI asr axborotlar asri bo‘lib kirib keldi. Mamlakatlar o‘rtasida axborotlar almashinuvi yuqori darajada tezlashdi, iqtisodiy rivojlanish oxirgi yigirma yillikda oldingi yillarga qaraganda bir necha bor tezlashdi. Bunday tezlikda rivojlanish turizm sohasini ham chetda qoldirmadi. Turizm sohasida texnologik innovatsiyalarni qo‘llash orqali yetakchi mamlakatlar yuqori darajada daromad olishmoqda. Hozirgi globallashuv sharoitida turoperator tashkilotlari bir biri bilan o‘zaro integrasiyalashuvsiz hech qanday rivojlanishga erish olmaydi. Mamlakatimizda turistik imkoniyatlarni kengaytirishda turoperator tashkilotlari faoliyatini rivojlantirish boshqa iqtisodiyot tarmoqlarida bo‘lgani kabi turizm sohasida ham yetakchi rol o‘ynaydi. O‘zbekistonda jahondagi keskin o‘zgarishlarga moslasha oladigan zamonaviy turizm sohasini rivojlantirishda xususiy tashkilotlar subyektlari nihoyatda muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday islohotlardan ko‘zlangan asosiy maqsad, dunyo mamlakatlari bilan mustaqil yurtimiz o‘rtasidagi o‘zaro ijtimoiy va iqtisodiy munosabatlarni barqarorlashtirishda rivojlangan turizm sohasidan samarali foydalanishdir. Ushbu keys tadqiqotining maqsadi mamlakatimiz turizmi sohasidagi o‘zgarishlarni hamda tashrif buyurayotgan turistlarning motivatsiyasiga ijobiy ta’sir ko‘rsatuvchi turoperatorlik faoliyati bilan shug‘ullanayotgan turistik firmalarning zamonaviy faoliyatlarini o‘rganish va tadqiqotda mamlakatimizga tashrif buyurgan 30 nafar xorijiy turistlarning intervyularidan ma’lumot to‘plash uchun sifat parametrlarini o‘rganish tadqiqot usulidan foydalanildi.

Kalit so‘zlar: turoperator, turagent, tur-marshrut, turistik resurslar, joylashtirish ob’yektlari, transport xususiyatlari, motivatsiya, turist, sayohat

Abstract

The 21st century is known as age of information to the social life. The exchange of information between countries has accelerated significantly. Over the last two decades, development has been several times more rapid than in previous years. The industry of tourism has not been left behind by such rapid development. Developed countries and earn a lot of money by using technical improvements in the sphere of tourism. Tour operator organizations cannot progress in today’s globalized world unless they collaborate with one another. The growth of tour operator classes is critical to developing tourism prospects in our country, as well as in other areas of the economy. Private organization themes are vitally significant in the establishment of a contemporary tourist sector in Uzbekistan that is capable of adapting to rapid changes

in the globe. The goal of such changes is to make better use of the established tourist industry in order to stabilize mutual socioeconomic connections between countries across the world and our country. The primary objective of this case is to investigate changes in our country's tourism industry as well as the present operations of travel organizations involved in tour operator activities that positively impact the motivation of visiting visitors. Using a qualitative parametric research approach, the study collected data from interviews with 30 international visitors who visited our country.

Key words: tour operator, travel agent, product itinerary, tourism resources, accommodation facilities, transport features, motivation, tourist, travel

Аннотация

XXI век известен как век информации в общественной жизни. Обмен информацией между странами значительно ускорился. За последние два десятилетия развитие было в несколько раз быстрее, чем в предыдущие годы. Индустрия туризма не осталась в стороне от такого быстрого развития. Развитые страны и зарабатывают много денег, используя технические усовершенствования в сфере туризма. Туроператорские организации не могут развиваться в сегодняшнем глобализированном мире, если они не будут сотрудничать друг с другом. Рост классов туроператоров имеет решающее значение для развития перспектив туризма в нашей стране, а также в других областях экономики. Темы частных организаций имеют жизненно важное значение для создания современного туристического сектора в Узбекистане, способного адаптироваться к быстрым изменениям в мире. Цель таких изменений — более эффективно использовать устоявшуюся туристическую индустрию для стабилизации взаимных социально-экономических связей между странами мира и нашей страной. Основная цель этого дела — исследовать изменения в туристической индустрии нашей страны, а также текущую деятельность туристических организаций, занимающихся туроператорской деятельностью, которая положительно влияет на мотивацию посетителей. Используя качественный параметрический исследовательский подход, исследование собрало данные из интервью с 30 международными посетителями, которые посетили нашу страну. Ключевые слова: туроператор, турагент, продуктовый маршрут, туристические ресурсы, средства размещения, транспортные особенности, мотивация, турист, путешествие

KIRISH

Ijtimoiy hayotga XXI asr axborotlar asri bo'lib kirib keldi. Mamlakatlar o'rtasida axborotlar almashinuvi yuqori darajada tezlashdi, iqtisodiy rivojlanish oxirgi yigirma yillikda oldingi yillarga qaraganda bir necha bor tezlashdi. Bunday tezlikda rivojlanish turizm sohasini ham chetlab o'tmadi. Turizm sohasida texnologik innovatsiyalarni qo'llash orqali yetakchi mamlakatlar yuqori darajada daromad olishmoqda. Keng miqyosda internet tizimining rivojlanish bilan birga nafaqat turizm biznesida ishtirok etuvchi turistik tashkilotlarning o'zni va roli, balki ular o'rtasidagi hamkorlik

munosabatlarida xo‘jalik yuritishning butun falsafasi – turizm marketingi qayta ko‘rib chiqilmoqda, butunjahon axborot tizimining an‘anaviy marketing usullarini samarasiz qilib qo‘ymoqda. Xizmat ko‘rsatish sohasida faoliyat yuritayotgan marketologlar yangi elektron aloqa vositalari imkoniyatlaridan to‘la qonli foydalanishni istasalar tarmoqning ushbu xususiyatlarini e‘tiborga olishlari zarur.

Hozirgi globallashuv sharoitida turoperator tashkilotlari bir biri bilan o‘zaro integrasiyalashuvsiz hech qanday rivojlanishga erisha olmaydi. Turizm sohasida faoliyat olib borayotgan turistik biznes sub‘ektlari ham bir biri bilan o‘zaro aloqalarda bo‘lishlari turizm industriyasining istiqbolli rivojlanishiga olib keladi.

Mamlakatimizda turistik imkoniyatlarni kengaytirishda turoperator tashkilotlari faoliyatini rivojlantirish boshqa iqtisodiyot tarmoqlarida bo‘lgani kabi turizm sohasida ham yetakchi ro‘l o‘ynaydi. O‘zbekistonda jahondagi keskin o‘zgarishlarga moslasha oladigan zamonaviy turizm sohasini rivojlantirishda xususiy tashkilotlar subyektlari nihoyatda muhim ahamiyat kasb etadi.

Bunday islohotlardan ko‘zlangan asosiy maqsad, dunyo mamlakatlari bilan mustaqil yurtimiz o‘rtasidagi o‘zaro ijtimoiy va iqtisodiy munosabatlarni barqarorlashtirishda rivojlangan turizm sohasidan samarali foydalanishdir. O‘z o‘zidan ma‘lumki, takomillashgan turizm sohasini samarali tashkil etish va rivojlantirishning asosi turoperatorlik tashkilotlari aloqalarining qay darajada rivojlanishiga bog‘liq bo‘ladi. Turoperator tashkilotlari o‘rtasidagi aloqalar o‘z rivojini topsa, tabiiy ravishda raqobat muhiti shakllanadi, bu esa, *birinchidan*, mamlakatimizda mavjud turizm imkoniyatlaridan to‘liq foydalanish, *ikkinchidan*, tashkilotlar o‘rtasida turistlar oqimiga xizmat ko‘rsatish borasida o‘ziga xos raqobat muhitining shakllanishi natijasida sifatli xizmatlar ko‘rsatilishi, *uchinchidan*, aholining katta qismini turistlarga bevosita va bilvosita xizmat ko‘rsatadigan tadbirkorlik subyektlarida band bo‘lish va boshqa shu kabi omillarga olib keladi. Umuman olganda, turizm sohasini rivojlantirishda turoperatorlar faoliyatini tashkil etish va takomillashtirishning asosini kichik va xususiy biznes subyektlari tashkil etadi¹.

METODOLOGIYA

Maqolada respublikamizda hamda jahon turizmidagi turoperatorlar faoliyatining mavjud va potensial imkoniyatlari tahlil qilindi. Mavjud adabiyotlar o‘rganilib, muvaffaqiyatli o‘zgarishlar va turizm biznesi tendensiyalari misollari keltirildi. Globallashuv sharoitida turoperatorlik biznesining rivojlanishiga ta’sir etuvchi asosiy omillarni aniqlanib takliflar berildi. Insonlarning xohish-istaklarining o‘zgarishi, texnologik taraqqiyot, siyosiy va iqtisodiy muhitdagi o‘zgarishlar kabi omillar turimga ta’sir qilishi mumkinligini aniqlandi. Turizm turoperator va turagentlik faoliyatida innovatsiyalarni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlarini o‘rganib chiqildi. Turistlarga xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilash, yangi texnologiyalarni joriy etish, ekologik barqaror turizmni rivojlantirish va boshqalar kabi ustuvor yo‘nalishlarni aniqlash mezonlarini ishlab chiqildi.

¹ Muallifning ilmiy izlanish tahlili.

ADABIYOTLAR SHARHI

Maqola mavzusiga oid bir xorijiy, hamdo'stlik mamlakatlari olimlari hamda mamlakatimizda turizm faoliyati bo'yicha ilmiy izlanishlar olib borgan va borayotgan olimlarning ilmiy adabiyotlari o'rganildi va tahlil etilib, turoperatorlik faoliyatini rivojlantirish va takomillashtirish yo'llari o'rganilib, sohaga oid ma'lumotlardan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Dunyoda turoperatorlarning faoliyatiga ikkita omil ta'sir qiladi va natijada taraqqiyot cho'qqisiga erishadi. Birinchisi, an'anaviy turoperatorlar faoliyatining tushunilish va salohiyatining oshishi bilan firma kengaydi, hamda turoperator darajasiga erishdi. Turoperator tur-marshrutni rejalashtirish, ishlab chiqish, buyurtma berish, hisob kitoblarni amalga oshirish kabi faoliyatni yuritadi. Ayirboshlash masalasi turoperatorlar tomonidan to'g'ridan to'g'ri turistlarga taqdim etiladi. Masalan, Angliyada turoperatorlar tomonidan ishlab chiqilgan tur-marshrutlarning 85 % i chakana savdo qiluvchi turagentlar vositachiligida sotiladi. Angliyada xorijliklar uchun turistik obyektlarni namoyish qilish keng yo'lga qo'yilgan. Ular o'zlarining milliy an'ana va tarixiy obyektlarini xorijiy turistlarga reklama va targ'ibot qilishda eng yuqori darajaga erishganlar. Bizning respublikamizda ham ana shunday obyektlar Angliyadagiga qaraganda ko'proq joylashgan, lekin ularni keng ommaga targ'ib qilishda turoperator va turagent ro'lini bajaruvchi tashkilotlar yetarli darajada faoliyat olib borishda ba'zi muammolarga duch kelishmoqda.

Turoperatorlar turagentlarga qaraganda farqli tartib qoida va faoliyat dasturiga ega bo'ladi. Turoperatorning faoliyat dasturi 2-2,5 yil davomida ishlab chiqilib, keyin hayotga tatbiq etiladi. Chunki turoperatorlar bir tomondan tur-mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalarni topib, ular bilan kerakli bo'lgan shartnomalarni tuzib, tur-marshrutlar ishlab chiqish vazifasi tursa, ikkinchi tomondan esa tur-marshrutlarni sotib oluvchi doimiy iste'molchiga guruhlarini aniqlash vazifasi qo'yiladi.

Turagentlar turizm, sayohat, mehmonxona, rekreatsiya va boshqa xizmat industriyasi tomonidan ishlab chiqarilgan tur-mahsulot, turizmga foydalaniladigan texnik vositalarni va xizmatlarni mamlakat turizmiga va iqtisodiyotiga uyg'unlashtirib, iste'molchining moliyaviy ahvolidan, an'analaridan kelib chiqqan holda dasturlash, ularni taqdim etuvchi va realizatsiya (ayirboshlash) qiluvchi turistik korxonadir. Turagentlar turistlarga tijorat maqsadida avtomobil transporti, dengiz va havo yo'llarining biletlarini sotish, avtomobil, avtobus, mikroavtobus, yaxtalar kabi vositalarni ijaraga berish kabi xizmatlarni ham amalga oshiradilar.

O'zbekiston turizmining 2020-2023-yillardagi iqtisodiy rivojlanish ko'rsatkichlariga e'tibor qaratadigan bo'lsak, ushbu sohada kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlarining sezilarli ta'siri bo'layotganligining guvohi bo'lamiz. 2020 yil (pandemiya sharoiti tufayli) mamlakatimiz bo'ylab sayohat qilgan jami turistlarning soni 4 mln 700 ming kishini tashkil etgan bo'lsa, 2022-yilda 16 mln 700 ming kishini, 2023-yilda ushbu ko'rsatkich 21 mln 600 ming kishini tashkil etgan. Ushbu ko'rsatkichlardan ko'rinib turibdiki, mamlakatimizga tashrif buyurayotgan xorijiy

turistlar soni yildan yilga oshib bormoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023-yilda xorijiy sayyohlarning umumiy oqimi 2022-yilga nisbatan 27 foizga oshib, 6,6 million kishi tashrif buyurgan. Ulardan 5,6 millioni qarindoshlarini yo'qlash, 773,2 mingga dam olish hamda 143,5 ming nafari xizmat safarlari bilan kelgan.

Shuningdek, 70,4 ming xorijlik tijorat qilish uchun tashrif buyurgan. 61,3 ming kishi davolanish maqsadida hududlarimizda bo'lgan. Ma'lumotlarga ko'ra, ta'lim olish uchun kelganlar ham ko'pchilikni tashkil etadi. Xususan, o'tgan yili 16,8 ming nafar xorijlik bilim oluvchilar yurtimizda tahsil olishni afzal ko'rgan. 2020-yilda mamlakatga 7 million nafardan ortiq xorijiy sayyoh tashrifi kutilgandi. Biroq og'ir pandemiya sharoitida barcha sohalar qatori turizm ham qattiq zarbaga uchradi, sayyohlar soni sezilarli darajaga kamaydi. Ya'ni 2020 yilda respublikaga 1,5 million nafar sayyoh kelgan, 261 million dollarlik turizm xizmatlari eksport qilingan¹.

Umuman olganda mamlakatimiz turizmi rivojlanishida xususiy, ya'ni asosan kichik va xususiy tadbirkorlik subyektlariga nihoyatda muhim e'tibor berilayotganligidan dalolat beradi. Mamlakatimiz turizmida xususiy mulkchilik salmog'ini oshirish borasida olib borilayotgan islohotlardan ko'rinib turganidek, yaqin kelajakda bu borada faoliyat ko'rsatayotgan biznes subyektlarining salmog'i yanada ortib bormoqda. Shu bilan birga, xususiy turistik tashkilotlarning mamlakatimiz milliy iqtisodiyotiga ko'rsatayotgan ijobiy ta'siriga xalaqit beruvchi bir qancha muammolar mavjud bo'lib, ular hukumatimiz tomonidan asta sekinlik bilan bartaraf etib borilmoqda. Turizm sohasida zamon talablariga javob beradigan yuqori malakali kadrlarning yetarli darajada yetishmayotganligi, turistlarni ehtiyoji yuqori bo'lgan ko'plab turistik mahsulotlarni yaratish borasidagi innovator hamda marketologlarga ehtiyojning yuqoriligi va yetishmasligi, ayrim turistik korxonalarining moliyaviy imkoniyatlari yetarli darajada emasligi va boshqa shu kabi muammolarni hal etish muhim vazifalardan biri hisoblanadi.

Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, turizm sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korxona va tashkilotlar bevosita va bilvosita guruhlariga ajratiladi. Bevosita tadbirkorlik subyektlari turizm sohasiga to'g'ridan to'g'ri aloqasi bo'lgan har xil turistik sayohatlarni uyushtiruvchi agentliklar, turizm operatorlari, xususiy mehmonxonalar, kempinglar, sanato'riyalar va pansionatlar, xususiy ijara uylari hamda turistik xizmat ko'rsatuvchi barcha tashkilotlarni o'z ichiga oladi. Bilvosita tadbirkorlik subyektlari esa, mamlakatimiz ichki bozorlarida xorijiy turistlar ehtiyojini qondiradigan raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishga ixtisoslashgan tashkilotlarni o'z ichiga oladi.

Ma'lumki, mamlakatimiz o'zining ko'plab tarixiy qadamjolari va ziyoratgohlari, ko'hna va navqiron buyuk shaharlari bilan birga go'zal va xushmanzara tabiati, serjilo daryolari va ko'plab ko'llari, ajoyib hayvonot olami, dasht-cho'llari, bepoyon tekisliklari-yu tog'u-toshlari, o'rmonzorlari kabi boyliklariga egadir. Hozirgi kunda mamlakatimizga tashrif buyuradigan xorijiy turistlarning sayohatlarini tashkil etish borasida faoliyat ko'rsatayotgan turistik agentliklar o'z faoliyatini mana shunday

¹ Statistika agentligi. 2024 y

turizm resurslari hisobidan kengaytirishga harakat qilishmoqda. Biroq bu borada turistik agentliklar bilan boshqa shu sohaga taalluqli korxonalar o'rtasidagi o'zaro munosabatning zamon talablariga mos ravishda shakllanmaganligi natijasida ko'plab to'siqlarga duch kelinmoqda. Buning uchun, *birinchidan*, marketing tadqiqotlarini amalga oshiradigan kichik xususiy korxonalar bilan turistik agentliklar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni qaror toptirish kerak. Turistik firma va agentliklar yangi tashkil etilganligi bois ularga xizmat ko'rsatuvchi personal miqdorining kamligi va bundan tashqari tajribali marketologlarning yetishmasligi tufayli ular turistlarning qanday tur-mahsulotlarga ehtiyoji borligini, shuningdek, ushbu tur-mahsulotlarni reklama qilish borasidagi muammolarga duch kelishmoqda. *Ikkinchidan*, tur-firma va agentliklar bilan dam olish sanatoriylari, mehmonxonalar hamda kempinglar bilan bevosita aloqa o'rnatilishi kerak.

Ma'lumotlarga qaraganda, mamlakatimizga bir kunda tashrif buyuradigan turistlarning o'rtacha yigirmadan bir qismi qimmat narxdagi mehmonxonalar xizmatidan, ko'pchiligi esa, uch yulduzli mehmonxonalar xizmatidan foydalanish istagini bildirishgan. Toshkent shahri bunday xizmatlar tizimini turistlarga taklif etishi mumkin, biroq, poytaxtdan uzoqda joylashgan ko'plab hududlarda, ayniqsa, Termiz Qoraqalpog'iston Respublikasi va Andijonda faoliyat ko'rsatayotgan davlat mehmonxonalari hali ham asosiy turistik oqimlarni o'zlariga jalb eta olishmayapti. Chunki bunday mehmonxonalar xorijiy turistlarni qabul qilishga to'laligicha tayyor emas. Mahalliy darajada xususiy investitsiyani rag'batlantirish, ya'ni umumiy turistik xizmat ko'rsatish tizimiga birlashgan xususiy mehmon uylarini ochish bunday muammoni ijobiy hal etilish imkoniyatini yaratadi. Buning uchun xususiy tadbirkorlarga turistik trassada joylashgan har qanday shaharda 19-20 kishiga mo'ljallangan xususiy mehmon uylarni ko'proq qurishga va uni yanada rivojlantirishga keng imkoniyat berish kerak. Shunday qilingandagina yuqorida aytib o'tilgan muammolar o'z yechimini topadi.

O'zbekiston turizmi sanoatida hali ham ovqatlanish bilan bog'liq masalalar muammoligicha qolmoqda. Masalan, Yevropaliklar standart usullarda tayyorlangan oddiy va xushta'm taomlarni ma'qul ko'radilar. Buning uchun esa, xorijiy mamlakatlardagi mehmonxona komplekslarida foydalaniladigan maxsus asbob-uskunalar va tegishli taom texnologiyalarini o'rnatish zarur. Mamlakatimizdagi mahalliy mehmonxonalar 20-25 ga yaqin taomlarni taklif qilishlari mumkin. Biroq G'arbiy andozalar bo'yicha faoliyat ko'rsatayotgan turistik komplekslar 200 ga yaqin taomlarni taklif qilish imkoniyatiga ega. Bu muammoni hal etilishining birdan — bir yo'li xususiy restoranlar va kafelar hamda milliy choyxonalar sonini oshirish va ulardagi xizmat ko'rsatish sifatini jahon andozalariga mos ravishda tashkil etishdir. Bunday muammoni hal etish uchun xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatadigan umumiy ovqatlanish obyektlarini sertifikatlash va nazorat qilish juda katta ahamiyatga egadir. Bundan tashqari, turistlar mahalliy taomning o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida reklama bukletlari orqali xabar topishlari kerak.

Ma'lumki, mamlakatga tashrif buyuradigan turistlar oddiy taomdan boshlab qimmatbaho suvenirlargacha bo'lgan mahsulot va xizmatlarning ma'lum miqdoriga

talab bildirishadi. Bu tabiiy ravishda, mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish bilan shugʻullanadigan xususiy biznes tashkilotlariga oʻz imkoniyatlarini yanada kengaytirish uchun yoʻl ochadi. Fermerlar turistlar istiqomat qiladigan mehmonxonalarda toza mahsulotlarni yetishtirib turishadi, toʻqimachilik va tikuvchilik sanoatida faoliyat koʻrsatadigan xususiy korxonalar turistlar uchun zarur boʻlgan yotoqxona jihozlari, xalatlari va boshqa shu kabilarni ishlab chiqarishadi, kosmetika sanoati tashkilotlari shampun, sovun va dezodorantlarni ishlab chiqarishadi. Hunarmandchilik ustaxonalari va anʼanaviy milliy mahsulotlarni ishlab chiqaradigan tashkilotlar ham turistlar uchun buyurtmalar tayyorlashadi. Umuman olganda, mamlakatimizda turizm sohasining yildan yilga rivojlanayotganligiga qaramasdan, hozirgi kunda respublika turizm sanoatida xususiy turistik tashkilotlarning faoliyat koʻrsatishi sezilarli darajada koʻrinmayapti. Buning asosiy sabablari quyida oʻz ifodasini topgan¹:

Birinchidan, respublika turizm sohasida faoliyat koʻrsatayotgan ayrim kichik turistik firmalarning ayrimlari hali ham yirik turistik kompaniyalarda mavjud boʻlgan imkoniyatlarning koʻpchiligiga ega emas;

Ikkinchidan, turizm sohasida yuqori malakali kadrlarning yetishmasligi oqibatida yangidan-yangi kichik turistik korxonalarning tashkil etilishi va samarali faoliyat koʻrsatishi ancha dolzarb muammoga aylanmoqda;

Uchinchidan, ayrim mahalliy vakillik organlarida faoliyat koʻrsatayotgan rahbarlarning turizmni iqtisodiyotga qoʻshadigan hissasini toʻgʻri baholay olmayotganligi, turizm bozoriga bilvosita taʼsir koʻrsatadigan xususiy biznes bilan shugʻullanuvchi turistik tashkilotlarning ochilishiga beparvolik bilan qaralmoqda;

Toʻrtinchidan, yangi tashkil etilgan turistik korxonalar tor faoliyat doirasi bilan cheklanib qolishmoqda. Buning natijasida, ushbu tashkilotlarning xorijiy turistlar tomonidan qiziqish bilan eʼtirof etilishiga yetarlicha imkon yaratilmayapti. Agarda turistik tashkilotlar no anʼanaviy xizmat turlari, masalan, mamlakatimizning goʻzal va serjilo tabiatiga ajoyib sayohatlarni uyushtirish, turistlar uchun, mahalliy qishloqlar va ovullarda xalq milliy urf-odatlarini bilan tanishtirish maqsadida ekskursiyalarni tashkil etish, shuningdek, turistlar uchun milliy ruhdagi konsert va tomoshalarni uyushtirish kabi xizmat turlarini tashkil etishsa ular oʻz oldilariga qoʻygan maqsadlariga erishishlari mumkin.

Beshinchidan, mahalliy hunarmandchilik mahsulotlarini, milliy ruxdagi kiyim-kechaklarni, milliy taomlarni va boshqa shu kabilarni ishlab chiqarishga ixtisoslashgan korxonalar tomonidan turistlar uchun maxsus reklama vositalaridan foydalana bilmaslik. Buning uchun, ular turistlarning ehtiyojlarini inobatga olgan holda, ular uchun tushunarli tegishli chet tilida reklama bukletlarini ishlab chiqarishlari kerak va hokazo.

Turizm faoliyati bilan shugʻullanuvchi tashkilotlarning rivojlantirilishi boshqa sohalaridagi kabi mamlakatimiz iqtisodiyotini har tomonlama rivojlanishini taʼminlaydi. Shuni alohida taʼkidlash joizki, turizm xizmatlari bozorida kuchli raqobat

¹ Muallifning ilmiy izlanish tahlili

muhitini rivojlantirish orqaligina turistik sanoatining rivojlanishiga erishish mumkin. Buning natijasida, sifatli turistik xizmatlarni ko'rsatish bilan xorijiy turistlarning e'tiborini yanada jalb etishga erishiladi. Bularga erishish uchun esa, tabiiy ravishda turizm sohasida faoliyat olib borayotgan turistik tashkilotlarning ro'lini oshirish kerak.

Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, turizm, bozor tizimidagi boshqa har qanday iqtisodiyot tarmog'i kabi alohida segment hisoblanadi. Shuning uchun ham turizm faoliyatini talab va taklif omillarining o'zaro bog'liq tizimi sifatida ko'rib chiqish nihoyatda muhim ahamiyat kasb etadi. Ma'lumki talab va taklif omillari bozor munosabatlari sharoitida xususiy mulkchilik munosabatlarini har jihatdan rivojlanishini belgilab beruvchi asosiy tayanch hisoblanadi. Har qanday mamlakatdagi turistik xizmatlar bozorida xususiy turistik tashkilotlar mavjud talab va ehtiyojlarni atroflicha hisobga olmay turib, o'z xizmatlari taklifini kutilganidek amalga oshirisha olmaydi. Ko'rinib turganidek, xususiy turistik tashkilotlar bozordagi talab va taklif omillarini to'liq hisobga olgan holda harakat qilganda, ularning respublika turizm iqtisodiyotiga ijobiy ta'siri bo'lishi mumkin.

Umuman olganda barcha turistik xizmatlar va obyektlardan samarali foydalanish uchun zamon talablariga to'liq javob bera oladigan turizm infratuzilmasini shakllantirish talab etiladi. Bunday infratuzilma o'z ichiga transport, (havo yo'llari transporti, avtomobil yo'llari transporti, temir yo'l transporti, suv transporti va boshqalar) xizmatini, suv va elektr ta'minot, kanalizatsiya va telekommunikatsiya kabi sohalarni qamrab olishi kerak. Hozirgi kunga kelib, dunyodagi ko'plab mamlakatlar o'zlarining turizmini rivojlantirish bo'yicha strategiyalarida sanitar-ekologik omilga ham infratuzilma rivojini ta'minlovchi omil sifatida baho berishmoqda. Chunki zamonaviy turizmni atrof-muhitning muhofazalanishi va ekologik tozaliksiz tasavvur etish qiyin. Ana shunday jihatlarga ega infratuzilmaning jahon andozalariga mos ravishda rivojlanishi, ya'ni turistlarga imkon qadar sifatli xizmat ko'rsatishning tashkil etilishi har jihatdan xususiy tashkilotlarning samarali faoliyat ko'rsatishiga bog'liq bo'ladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Hozirgi kunda turoperatorlar faoliyatini rivojlantirish mamlakatlar iqtisodiyoti va madaniyatida g'oyat muhim bo'lib, uni o'rganish, tadqiq etish, undan samarali foydalanish jamiyat oldidagi zarur bo'lgan vazifalardan biridir. Turizm turoperatorlik faoliyati, muammolari, eng kam o'rganilgan yo'nalish bo'lib, bu sohaning qaysi turlariga e'tibor berish, sayohat qiluvchilar uchun ularning xohish-istaklarini bilish, ularni eng foydali va qulay turistik obyektlarga chorlash, xavfsizligini ta'minlash, ularning talabini qondirish va yana ko'plab turlarini bilish ushbu faoliyat turning asosiy vazifalaridan hisoblanadi. Mamlakatimizda turizmni rivojlantirishdan asosiy maqsad ham, jamiyat ehtiyojlarini qondirish, xizmat ko'rsatish sifati va hajmini kengaytirgan holda dunyo standartlari darajasida turizm bozoriga kirib borishdan iboratdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasining Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 2019-yil 13-avgustdagi PF-5781-sonli qarori. <https://lex.uz/docs/-4474527>
2. Sh.S.Sayfutdinov., M.Z.Nurfayziyeva. Turoperatorlik faoliyati. O'quv qo'llanma. Toshkent-«Iqtisodiyot» -2021 y.
3. Илина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2005. — г.
<https://stat.uz/uz/> — Statistika agentligi: