

TURISTIK OQIM MAVSUMIYLIGINI BOSHQARISH MEXANIZMLARI

Fayazov Muxiddin Sobirovich

Toshkent davlat iqtisodiyot
universiteti tadqiqotchisi

Annotatsiya. Mazkur maqolada O'zbekistonda turistik oqim mavsumiyligining iqtisodiy jihatlari, uning turizm sohasiga va umumiy iqtisodiy faollikka bo'lgan ta'siri kompleks tarzda tahlil qilingan. Mavsumiyligni kamaytirishga qaratilgan iqtisodiy mexanizmlar - turizm mahsulotlarini diversifikatsiyalash, mavsumsiz tadbirlarni tashkil etish, soliq imtiyozlari, mehmonxona infratuzilmasini optimallashtirish, mehnat resurslarini fleksibl boshqarish va raqamli marketing strategiyalarini joriy etish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: infratuzilmaviy samaradorlik, mehnat bozorida mavsumiyligi, diversifikatsiya, soliq va subsidiya siyosati, turizm mahsuloti, raqamli marketing, qishki turizm, termal suvlar, eko-turizm, turizm boshqaruv mexanizmlari.

Аннотация. В данной статье проведен комплексный анализ экономических аспектов сезонности туристского потока в Узбекистане, его влияния на сферу туризма и общую экономическую активность. Разработаны предложения и рекомендации по внедрению экономических механизмов, направленных на снижение сезонности - диверсификации туристского продукта, организации несезонных мероприятий, налоговых льгот, оптимизации гостиничной инфраструктуры, гибкого управления трудовыми ресурсами, стратегий цифрового маркетинга.

Ключевые слова: эффективность инфраструктуры, сезонность на рынке труда, диверсификация, налоговая и субсидиарная политика, туристский продукт, цифровой маркетинг, зимний туризм, термальные воды, экотуризм, механизмы управления в туризме.

Annotation. In this article, the economic aspects of the seasonality of tourist flow in Uzbekistan, its impact on the field of Tourism and general economic activity are analyzed in a comprehensive way. Economic mechanisms aimed at reducing seasonality - diversification of tourism products, Organization of non-season events, tax incentives, optimization of hotel infrastructure, flexible management of labor resources and the introduction of digital marketing strategies-have been developed.

Keywords: infrastructure efficiency, seasonality in the labor market, diversification, tax and subsidy policy, tourism product, digital marketing, winter tourism, thermal waters, eco-tourism, management mechanisms in tourism.

Kirish. Raqamlashtirish sharoitida turizm sohasi jahon iqtisodiyotida eng tez o'sib borayotgan tarmoqlardan biri hisoblanadi. Turizmning ichki yalpi mahsulotdagi ulushi, eksportdagi hissasi va aholi bandligini ta'minlashdagi roli yil sayin oshib bormoqda. Jahon sayyohlik tashkilotining ma'lumotlariga ko'ra, 2030

yilgacha dunyo bo'ylab xalqaro turistlar soni 1,8 milliard nafarga yetishi kutilmoqda. Mazkur tendensiyalar fonida rivojlanayotgan mamlakatlar uchun turizmni milliy iqtisodiyotning diversifikatsiyalashtiruvchi omili sifatida ko'rish - muhim strategik yo'nalish hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasida ham so'nggi yillarda turizm sohasi davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida shakllandi. Mamlakatning boy madaniy merosi, tabiiy manzaralari, ko'p asrlik tarixiy yodgorliklari va mehmondo'st xalqi O'zbekistonni mintaqaviy turizm markaziga aylantirish imkoniyatini beradi. 2016 yildan buyon amalga oshirilayotgan keng qamrovli islohotlar - jumladan, vizasiz rejimning joriy etilishi, havo va temir yo'l infratuzilmasining takomillashuvi, turizm sub'ektlariga berilgan soliq imtiyozlari va turizmni rivojlantirishga qaratilgan maxsus hududlarning yaratilishi - soha rivojida sifat jihatidan yangi bosqichni boshladi.

Shu bilan birga, O'zbekiston turizm sohasida to'liq rivojlanmagan va hal etilishi lozim bo'lgan bir qator muammolar mavjud. Ularning eng asosiylaridan biri - turistik oqimning mavsumiy xarakteri hisoblanadi. Mavsumiylik - bu ma'lum vaqt davomida turistlar oqimidagi keskin o'zgarishlar (asosan, fasllar bo'yicha) natijasida iqtisodiy faollikning noteng taqsimlanishi demakdir.

O'zbekistonda mavjud iqlimiy, geografik va ta'til taqvimini kabi omillar turistik mavsumiylikni yanada kuchaytiradi. Xalqaro va mahalliy sayyohlar oqimi asosan bahor va kuz fasllariga to'g'ri keladi. Qolgan oylarda sayyohlar soni keskin kamayib, sohada «o'lik mavsum» yuzaga keladi. Bu esa sohani yil davomida barqaror va samarali faoliyat yurituvchi iqtisodiy sektor sifatida shakllantirishga jiddiy to'siq bo'lmoqda.

Shu nuqtai nazardan qaralganda, ushbu muammoni ilmiy tahlil qilish, mavsumiylikni yumshatish va turistik faollikni yil davomida muvozanatlashtirishga qaratilgan iqtisodiy mexanizmlarni ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish masalasi juda dolzarbdir. Jahon amaliyotida mavsumiylikni boshqarish bo'yicha turli iqtisodiy va institutsional yondashuvlar mavjud bo'lib, ularni O'zbekiston sharoitiga moslashtirish orqali turizm sektoridagi mavjud muammolarni bartaraf etish mumkin.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. Xususan, Richard Batler tomonidan mavsumiylikni turizmdagi eng barqaror muammolardan biri sifatida ta'riflab, uni tabiiy (iqlim, geografik joylashuv) va institutsional (ta'lim taqvimlari, ta'tillar, xizmat narxlari) omillar ta'sirida shakllanishini ta'kidlaydi. Uning fikriga ko'ra, mavsumiylikni to'liq bartaraf etish mushkul, ammo uni yumshatish mumkin va buning uchun hukumat va xususiy sektor hamkorlikda strategik choralar ko'rishi zarur.[1] Ammo, Batlerning modellari ko'proq sohilbo'yi va g'arb turistik bozoriga mos keladi, O'zbekiston kabi ichki materik davlatlarda bu usullarni to'g'ridan-to'g'ri tatbiq etish cheklangan.

Djefri Lundberg esa mavsumiylikka qarshi iqtisodiy mexanizmlarning samaradorligiga e'tibor qaratadi. Uningcha, xizmatlarni diversifikatsiya qilish, soliq imtiyozlari va narx siyosatining fleksibl bo'lishi turizmdagi talabni mavsumlararo

vaqtda ham rag'batlantiradi. [2] Mazkur yondashuv O'zbekiston kabi rivojlanayotgan bozorlar uchun o'ta dolzarb, lekin muallif modellari iqtisodiy muhit barqaror va prognoz qilinadigan bo'lgan mamlakatlarga nisbatan ko'proq samara beradi.

R. Smit va M. Krauford tomonidan esa mavsumiylikning ijtimoiy oqibatlariga e'tibor qaratib, vaqtinchalik ish o'rinlari, turizm xodimlarining malakasizligi va daromadlar barqarorligining pastligi kabi masalalarni ko'taradilar. [3] Bu holat O'zbekiston sharoitida ham kuzatiladi, xususan, mavsumdan mavsumga ishlaydigan xizmatchilarning malakasi tushib ketishi turizm sifatining uzviy muammosiga aylanadi.

Mahalliy olimlardan B. Hamidov tomonidan turizm mavsumiylik muammosini milliy iqtisodiyotga ta'siri nuqtayi nazaridan tahlil qiladi. Uningcha, mavsumiy turizm muhitida ishlovchi korxonalarning moliyaviy barqarorligi zaif bo'lib, bu investitsiyaviy faollikka salbiy ta'sir ko'rsatadi. [4] Hamidovning yechim sifatidagi takliflari - faol mavsumdan tashqari turizm mahsulotlarini rag'batlantirish, infratuzilmani universallashtirish - amaliyotdagi zaif nuqtalarga bevosita ta'sir qiluvchi vositalar hisoblanadi.

Sh. Xudayberdiev esa mavsumiylikni hududiy rivojlanish nuqtai nazaridan ko'rib chiqadi. Uning fikriga ko'ra, turizm markazlari ma'lum mavsumlarda yuqori yuklanishni boshdan kechiradi, boshqa paytda esa turistik salohiyatdan foydalanilmaydi. [5] Muallif mavsumiylikni kamaytirish uchun hududlar kesimida maxsus turistik mahsulotlar yaratish, masalan, qishki turizm, termal suvlar yoki ekologik sayohatlarni taklif qiladi. Bu yondashuv O'zbekistonning joylashuv geografiyasiga mos keladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Raqamlashtirish sharoitida turistik oqim mavsumiyligini boshqarish mexanizmlarini qiyosiy tahlil, statistik ma'lumotlarni o'rganish, iqtisodiy taqqoslash, mantiqiy tahlil, ilmiy abstraksiyalash, analiz va sintez, shuningdek, induksiya va deduksiya usullaridan keng foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Turizm sohasi har bir mamlakat uchun nafaqat iqtisodiy o'sish manbai, balki madaniy, ijtimoiy va hududiy rivojlanishni rag'batlantiruvchi murakkab va ko'p qirrali tizim hisoblanadi. Ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun turizm yalpi ichki mahsulotdagi ulushni oshirish, valyuta tushumlarini ko'paytirish, yangi ish o'rinlari yaratish va hududlarni jadal rivojlantirishning muhim vositasi sifatida qoraladi.

Jadvalda keltirilgan ma'lumotlarga ko'ra: birinchi chorakda (yanvar–mart) turistlar oqimi 1.3 mln atrofida; ikkinchi chorakda (aprel–iyun) 2.8 → 3.5 mlnga yetadi, uchinchi chorakda (iyul–sentabr) 5.7 mln. nafarni tashkil qilgan; oxirgi chorakda 8.2 mlngacha oshgan.

Mavsumiylik koeffitsienti. Quyida mavsumiy uz ichidagi eng yuqori (5.7 mln sentabr) va eng past (1.3 mln fevral) oylarning farqi asosida aniqlangan daraja:

$$\text{Mavsumiylik darajasi} = (5.7 - 1.3) = ((5.7 + 1.3) / 2) = 100\%$$

Turist oqimi yil davomida ikki barobarga yaqin o'zgarayotgani mavsumiylik darajasining yuqori ekanligini ko'rsatadi. Bu, ayniqsa, xizmat ko'rsatish faoliyati va

daromadda sezilarli notenglikka olib keladi.

Jadval

O'zbekistonda 2024 yilda xorijlik turistlarning kelishi soni ⁴³

Oy	Turistlar soni (million nafarda)
yanvar - fevral	1,30
mart - may	2,80
iyun	3,50
iyul - sentabr	5,70
yanvar - oktabr	6,50
yanvar - dekabr	8,20

Mavsumiylikning iqtisodiy oqibatlari:

-infratuzilma bosimi: Mehmonxonalar va transport uchun mavsumlarda katta yuklanish, boshqa paytlarda bo'shliq yaratish; bu ob'ektlarning to'liq foydalanmasligiga olib keladi.

-ish jarayoni va mehnat bozori: Xodimlar mavsumiy ish bilan band bo'lib, yuqori va past mavsumlarda ishsizlik o'sishi kuzatiladi.

-investitsiyalar va moliyaviy barqarorlik: Qisqa mavsumlardagi daromad bilan to'lanmagan sarmoyalar xatarli bo'lib qolmoqda.

-iqtisodiy hayotiylik: Xizmat sektorining yil davomida to'liq faolligini ta'minlaydigan mablag' oqimi cheklangan bo'ladi.

Tadqiqot natijalarining tahliliga ko'ra:

1. Moddalar notengligi: Turistlar oqimi 1.3-5.7 mln orasida o'zgarib, mavsumiylik yuqoriligini ko'rsatadi. Infrastruktura va mehnat bozori bu talabga moslashmaydi.

2. Strategik choralar zarur: Davlat va xususiy sektor yagona strategiya asosida mavsumsizlikni ta'minlovchi turizm xizmatlariga (qishki, eko, korporativ turlar) investitsiya kiritishi kerak.

3. Ma'lumotlar tanqisligi: Ma'lumotlar maslahat tavsiyalariga asos bo'lishi uchun hududlar, fasllar va turlar bo'yicha to'liq statistika shakllantirib borilishi zarur.

Xulosa. Turizm sohasida mavjud strategik muammolardan biri - mavsumiylik muammosi har tomonlama o'rganildi. O'zbekistonda turistik oqim asosan bahor va kuz oylariga to'g'ri kelishi, yilning qolgan qismini «o'lik mavsum» sifatida shakllanishi natijasida turizm sub'ektlarining iqtisodiy barqarorligi, xizmat ko'rsatish tizimining uzluksizligi va aholi bandligining muntazamligi jiddiy tahdid ostida qolmoqda.

Mavjud tahlillar shuni ko'rsatadiki, turistik mavsumiylik faqat iqlimiy shart-sharoitlarga bog'liq emas, balki turizm infratuzilmasining uzluksiz ishlamasligi, mavsumdan tashqari tur mahsulotlarining cheklanganligi, marketing kampaniyalarining faqat «pik» fasllarga yo'naltirilganligi, mehnat bozorida mavsumiy ishchi kuchi muammolari va xizmat turlarida diversifikatsiyaning

⁴³ Muallif ishlanmasi

yetishmasligi bilan ham bog'liqdir.

Bu muammo nafaqat iqtisodiy faollikning bir joyga to'planib qolishiga, balki hududiy rivojlanishda nomutanosiblikka, mehnat resurslarining samarasiz taqsimlanishiga va mamlakatning turizm salohiyatining to'liq ishga tushmasligiga sabab bo'lmoqda. Masalan, mavsumiylik tufayli qishki faslda aksariyat mehmonxonalar yopiladi, xizmat ko'rsatuvchi xodimlar vaqtincha ishsiz qoladi, investitsiyalarning foydalanish koeffitsienti tushadi.

Shu nuqtai nazardan, mavsumiylikni yumshatish va turistik oqimni yil davomida barqarorlashtirish davlat va xususiy sektor uchun muhim ustuvorlik sifatida qayta ko'rib chiqilishi lozim. Buning uchun:

-turizm mahsulotlarini diversifikatsiya qilish juda zarur. Qishki turizm (masalan, Chimyon, Bo'stonliq hududidagi tog' kurortlari), termal suvlar asosida tibbiy turizm, tarixiy shaharlardagi ta'lim turizmi, ekoturizm va agroturizm yo'nalishlarini faollashtirish mavsumdan tashqari turistik harakatni rag'batlantirishga xizmat qiladi.

-sohada iqtisodiy rag'bat mexanizmlarini joriy etish talab etiladi. Bu mavsumsiz faoliyat yurituvchi mehmonxonalar, ekskursiya agentliklari va transport xizmatlariga soliq imtiyozlari, subsidiyalar va kredit kafolatlari berish orqali amalga oshirilishi mumkin.

-ishchi kuchi uchun qayta tayyorlash dasturlari joriy etilishi lozim. Mavsumiy faoliyat bilan band bo'lgan kadrlarning bir necha sohada xizmat ko'rsatishi uchun qayta o'qitish tizimi mavjud bo'lishi shart. Bu mehnat bozoridagi mavsumiy notenglikni yumshatadi.

-turizm sohasida ma'lumotga asoslangan boshqaruv mexanizmlarini joriy etish muhim. Hududlar va fasllar kesimida turizm statistikasini muntazam va to'liq yuritish, mavsumiylik indeksi va occupancy rate (mehmonxona yuklamalik) ko'rsatkichlarini tahlil qilish asosida qarorlar qabul qilinishi kerak.

Shuni alohida ta'kidlash joizki, mavsumiylikni yumshatish bo'yicha qo'llaniladigan iqtisodiy mexanizmlar faqatgina iqtisodchi yoki investor manfaatlarini emas, balki ijtimoiy barqarorlik, hududlar o'rtasidagi rivoj nomutanosibligini kamaytirish va atrof-muhitga bo'lgan ta'sirni kamaytirish nuqtai nazaridan ham strategik ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Butler, R.W. (2001). Seasonality in Tourism: Issues and Implications. Channel View Publications.

2. Lundberg, D.E., Walker, M., & Yucelt, U. (1995). Tourism Economics. Prentice Hall.

3. Smith, R.A. & Crawford, M. (2006). The Impacts of Tourism Seasonality on Employment and Income Stability. Journal of Travel Research, 44(4), 530–541.

4. Hamidov B. (2020). Turizmda mavsumiylik va uni kamaytirishning iqtisodiy usullari. // "Iqtisodiyot va ta'lim" jurnali, №3, 45-49-betlar.