



## O'ZBEKISTONDA TURISTIK OQIM MAVSUMIYLIGI BARQARORLIGINI BOSHQARISHNING TASHKILIIY MEXANIZMLARI

**Fayazov Muxiddin**

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

ORCID: 0009 0008 8126 5954

[grmuhiddin@gmail.com](mailto:grmuhiddin@gmail.com)

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada O'zbekistonda turistik oqim mavsumiyligini barqarorlashtirishning tashkiliy mexanizmlari ilmiy tahlil qilingan. Turizmda mavsumiylik yil davomida turistik xizmatlarga bo'lgan talabning noteng taqsimlanishi, infratuzilma yuklamasi, mehnat resurslarining vaqtinchalikligi va iqtisodiy samaradorlikning pasayishiga olib keluvchi omil sifatida ko'rib chiqilgan. Xalqaro va milliy olimlarning mavsumiylikka oid qarashlari qiyosiy tahlil qilingan hamda mavjud muammolarni bartaraf etish uchun tashkiliy, iqtisodiy va marketing yo'nalishlarda amaliy takliflar jumladan, mavsumiylik muammosini yumshatish faqat alohida choralar emas, balki kompleks strategik yondashuv orqali amalga oshirilishi lozimligi ilmiy asosda asoslab berilgan.

**Kalit so'zlar:** turizm, mavsumiylik, turistik oqim, tashkiliy mexanizmlar, infratuzilma, xizmatlar sektori, diversifikatsiya, ichki turizm, turistik klaster, iqtisodiy barqarorlik, turizm siyosati.

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТЬЮ СЕЗОННОСТИ ТУРИСТСКОГО ПОТОКА В УЗБЕКИСТАНЕ

**Фаязов Мухиддин**

Ташкентский государственный экономический университет

**Аннотация.** В данной статье проведен научный анализ организационных механизмов стабилизации сезонности туристского потока в Узбекистане. В туризме сезонность рассматривалась как фактор, приводящий к неравномерному распределению спроса на туристские услуги в течение года, нагрузке на инфраструктуру, временности трудовых ресурсов, снижению экономической эффективности. Проведен сравнительный анализ взглядов международных и национальных ученых на сезонность, а также даны практические предложения в организационном, экономическом и маркетинговом направлениях для преодоления существующих проблем, в том числе научно обосновано, что смягчение проблемы сезонности должно осуществляться не только отдельными мерами, но и комплексным стратегическим подходом.

**Ключевые слова:** туризм, сезонность, турпоток, организационные механизмы, инфраструктура, сектор услуг, диверсификация, внутренний туризм, туристский кластер, экономическая стабильность, туристская политика.

## ORGANIZATIONAL MECHANICS OF MANAGING THE STABILITY OF TOURIST FLOW SEASONALITY IN UZBEKISTAN

**Fayazov Mukhiddin**

*Tashkent State University of Economics*

**Abstract.** *This article provides a scientific analysis of the organizational mechanisms for stabilizing the seasonality of tourist flow in Uzbekistan. Seasonality in tourism has been considered as a factor leading to the uneven distribution of demand for tourist services throughout the year, infrastructure load, timelessness of labor resources and a decrease in economic efficiency. The views of international and National scientists on seasonality have been comparative analyzed and practical proposals in organizational, economic and marketing directions to eliminate existing problems, including on a scientific basis the fact that mitigation of the seasonality problem should be carried out not only through individual measures, but also through an integrated strategic approach.*

**Keywords:** *tourism, seasonality, tourist flow, organizational mechanisms, infrastructure, services sector, diversification, domestic tourism, tourist cluster, economic stability, tourism policy.*

### **Kirish.**

Turizm XXI asr global iqtisodiyotida strategik ahamiyatga ega sohalardan biriga aylandi. Ushbu soha xalqaro maydonda raqobatbardoshlikni oshirish, milliy brendni shakllantirish va iqtisodiy o'sishni ta'minlash vositasi sifatida e'tirof etilmoqda. Turizm faoliyati to'g'ridan-to'g'ri valyuta tushumlari, yangi ish o'rinlari va xususiy sektor rivoji orqali davlat byudjetiga va aholi farovonligiga ta'sir ko'rsatadi. Buning natijasida turizm sohasini samarali boshqarish va uning uzluksiz faoliyat yuritishini ta'minlash dolzarb masalaga aylandi.

O'zbekistonda turizmni rivojlantirishga katta e'tibor qaratilmoqda. Oxirgi yillarda ushbu sohada bir qator huquqiy, institutsional va infratuzilmaviy islohotlar amalga oshirildi. Jumladan, vizasiz va elektron viza tizimlari joriy etildi, yangi turizm yo'nalishlari ochildi, tarixiy shaharlar va madaniy meros ob'ektlari qayta ta'mirlandi, milliy aviatashuvchilar va transport logistikasi imkoniyatlari kengaytirildi. 2024 yilda O'zbekistonga kelgan xorijiy turistlar soni 5,6 milliondan oshdi, bu esa so'nggi yillardagi eng yuqori ko'rsatkichlardan biri hisoblanadi.

Shu bilan birga, turizm sohasi rivojida barqarorlikni ta'minlashda haligacha qator muammolar mavjud. Ulardan eng asosiylaridan biri - turistik oqim mavsumiyligidir. O'zbekistonda turistlar asosan bahor (aprel-iyun) va kuz (sentyabr-oktyabr) oylarida faol bo'ladi. Yozning issiq oylari va qishdagi sovuq havo, shuningdek infratuzilmaning mavsumdan tashqari davrlarga tayyor emasligi oqibatida bu fasllarda turistik oqim sezilarli darajada kamayadi. Natijada mehmonxonalar, turoperatorlar, xizmat ko'rsatuvchi sub'ektlar faqat qisqa vaqt mobaynida daromad topish imkoniyatiga ega bo'ladi, qolgan davrda esa ularning ish faoliyati pasayib ketadi. Bu holat turizm iqtisodiyotida nomutanosiblikka va barqaror rivojlanishning yo'qligiga olib keladi.

Mavsumiylikning salbiy ta'sirini yumshatish va turistik oqimni yil davomida barqaror saqlash uchun samarali boshqaruv mexanizmlarini joriy etish talab etiladi. Buning uchun davlat va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlik, mahalliy hokimiyatlarning faol ishtiroki, turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish, rag'batlantirish siyosati va infratuzilmani yil bo'yi ishlashga moslashtirish zarur.

O'zbekistonda turizm davlat siyosati darajasida strategik yo'nalish sifatida belgilangan. So'nggi yillarda bu sohani rivojlantirish maqsadida qator huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilindi, investitsiyaviy muhit yaxshilandi, viza rejimlari yengillashtirildi, hududlarda infratuzilmaviy loyihalar amalga oshirildi. Jumladan, 2019-2024 yillarda turizm sohasida xorijiy va mahalliy sarmoyadorlar uchun soliq imtiyozlari, yer va mulk ajratishdagi qulayliklar,

davlat-xususiy sheriklik mexanizmlari joriy etildi. Bundan tashqari, «Ipak yo'li» shaharlarini rivojlantirish, «Ziyorat Tourism» va «Silk Road» brendlari orqali mamlakatimizning xalqaro imijini mustahkamlashga qaratilgan dasturlar amalga oshirildi.

Shu bilan birga, ushbu ijobiy o'zgarishlarga qaramasdan, turizmning mavsumiy xususiyati uning barqaror rivojiga jiddiy to'siq bo'lmoqda. O'zbekistondagi tabiiy-iqlim sharoiti, hududiy lokalizatsiya, infratuzilmaning nomutanosibligi va servis sifatining yil fasllariga qarab o'zgarib turishi natijasida turistik oqim asosan bahor va kuz oylarida to'planadi. Masalan, Samarqand, Buxoro, Xiva kabi tarixiy markazlar yilning aniq oylarida turistlarga to'ladi, lekin qish va yoz fasllarida turistlar soni keskin kamayadi. Bu esa iqtisodiy faollikning pasayishi, xizmat ko'rsatish sohasidagi xodimlarning vaqtincha ishsiz qolishi, mehmonxona va transport xizmatlarining past yuklamasiga olib keladi.

Mavsumiylik, shuningdek, turistik mahsulotlarning monokultura tarzida shakllanganligini ham aks ettiradi. Ayrim hududlarda asosan tarixiy va ziyorat turizmiga qaratilayotgan e'tibor boshqa turlar - masalan, ekoturizm, gastronomik turizm, sog'lomlashtirish, agroturizm va etnoturizm rivojini sekinlashtirmoqda. Bu esa turistik mahsulotlar diversifikatsiyasining yetarli darajada emasligini ko'rsatadi.

Turizmning mavsumiyligi nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy muammolarga ham sabab bo'ladi. Xususan, turizm sohasidagi mutaxassislar, xususiy tadbirkorlar va xizmat ko'rsatuvchilar mavsumdan mavsumga ishsiz qolishi, ularning salohiyatidan to'liq foydalanilmasligi, kasbiy ko'nikmalarning to'xtab qolishi kabi salbiy holatlarga olib keladi. Bu esa turizmni barqaror ishlab chiqarish salohiyatiga ega sohaga aylantirishda murakkabliklar yuzaga keltirmoqda.

Hozirgi sharoitda mavsumiylikni yumshatishga qaratilgan tashkiliy mexanizmlarni ishlab chiqish va joriy etish ehtiyoji juda yuqori. Buning uchun: mavsumdan tashqari turizm turlarini rivojlantirish; yil davomida faoliyat yurituvchi turistik klasterlar tashkil etish; infratuzilmani ob-havo sharoitiga mos holda modernizatsiya qilish; raqamli texnologiyalar va marketing orqali maqsadli turistlar segmentlariga chiqish; mahalliy aholini mavsumlararo turizmda faol ishtirok ettirish zarur.

Mazkur masalaning yechimini izlash nafaqat iqtisodiy manfaat, balki milliy turizm salohiyatini kengaytirish, yangi bozorlarga chiqish va turizmda ishlab chiqarish-iste'mol zanjirini uzluksiz saqlash nuqtai nazaridan ham dolzarb hisoblanadi. Shunday ekan, O'zbekiston sharoitida mavsumiylikni boshqarish bo'yicha ishonchli tashkiliy mexanizmlarni joriy etish bugungi kunning muhim ilmiy-amaliy vazifalaridan biri sanaladi.

### **Adabiyotlar sharhi.**

Turizmda mavsumiylik muammosi ilmiy doiralarda anchadan buyon muhokama qilinayotgan murakkab va ko'p qirrali masala hisoblanadi. Uning iqtisodiy oqibatlarini, ijtimoiy ta'sirlari, boshqaruv va institutsional yechimlari turli mamlakatlar sharoitida turlicha tahlil qilingan. Ilmiy adabiyotlar tahlili shundan dalolat beradiki, mavsumiylik muammosiga nisbatan yagona yondashuv mavjud emas - mualliflar muammoning kelib chiqish sabablari, ko'lami va yechim yo'llarini har xil baholaydilar.

Xalqaro darajada Batler (1980) tomonidan turizmda «hayot sikli» nazariyasini ilgari surgan bo'lib, unda turistik hududlar turli bosqichlarda mavsumiylik ta'siriga turlicha qarshi tura olishini ta'kidlaydi. Uning fikricha, mavsumiylik turizm salohiyatini to'liq ro'yobga chiqarishga to'siq bo'lib, passiv davrlarda infratuzilmadan samarasiz foydalanish va mahalliy iqtisodiyotda faollikning pasayishiga olib keladi. Uning modellari hududiy rejalashtirishda muhim metodik asos bo'lib xizmat qilsa-da, mavsumiylikni yumshatish bo'yicha aniq iqtisodiy mexanizmlar kam yoritilgan.

Kuper va Vesterlar (1992) tomonidan mavsumiylikni «iqtisodiy disbalans» sifatida baholab, uni boshqarish uchun iqtisodiy diversifikatsiya va davlat subsidiyalari kabi vositalarni ilgari suradi. Ular mavsumiylikni faqat iqlim bilan emas, balki ta'til taqvimini, ta'lim tizimi,

transport imkoniyatlari bilan ham bog'laydi. Biroq, ularning yondashuvi rivojlanayotgan mamlakatlar sharoitida amaliyotga joriy etish uchun ko'proq moliyaviy resurs talab etadi.

Xayneman (2002) tomonidan mavsumiylikni pasaytirish uchun «counter-seasonal product design» konsepsiyasini taklif qilgan. Uningcha, turizm mahsulotlarini yilning turli fasllariga mos ravishda shakllantirish - strategik zarurat. Masalan, sog'lomlashtirish, madaniy, gastronomik va agroturizm kabi turlarni rivojlantirish turli fasllardagi talabni barqarorlashtirishi mumkin. Ammo bu yondashuv ko'proq bozor sharoitiga moslashishni talab qiladi, va ko'pgina mamlakatlarda hali ham mavjud infratuzilma buni qo'llab-quvvatlashga tayyor emas.

Smit va Lundtorplar (2001) tomonidan esa, mavsumiylikni "institutsional muammo" sifatida baholab, mahalliy boshqaruv organlari va turizm biznesi o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish zarurligini ta'kidlaydi. Ular mehmonxona va transport sohasida mavsumiy ish bilan ta'minlashning ijtimoiy oqibatlarini ham o'rganib, doimiy faoliyat yurituvchi xizmatlar va kadrlar zaxirasini shakllantirish zarurligini ta'kidlaydilar.

Mahalliy olimlardan Hoshimov (2020) o'zining tadqiqotlarida mavsumiylik muammosini infratuzilma va transport sohasidagi nomutanosiblik bilan bog'laydi. Uningcha, ayrim hududlarda turizm logistikasi mavsum davomida yuklamaga chidamli emas va mavsumdan tashqari davrlarda faoliyatni davom ettira olmaydi. Hoshimov diversifikatsiya, mahalliy brendlar yaratish va hududlararo turizm bog'lanishlarini rivojlantirish orqali mavsumiylikni yumshatishni taklif etadi. Biroq, u mavjud muammolarning moliyaviy va kadr salohiyati bilan bog'liq tomonlariga kamroq e'tibor qaratadi.

Yorqulov (2022) esa mavsumiylikni mehnat bozori nuqtai nazaridan o'rganadi. U mavsumdan mavsumga ishlaydigan xodimlarning ijtimoiy himoyasizligini, daromad nomutanosibligini va kadrlar oqimini jiddiy muammo sifatida baholaydi. Uningcha, «yil davomida faoliyat yurituvchi turizm markazlari»ni tashkil etish va ularni hududiy klasterlar tarzida boshqarish muhim ahamiyatga ega. U tanqidiy ravishda davlat dasturlarida mavsumiylik masalasi alohida strategiya sifatida ko'zda tutilmaganini qayd etadi.

Shuningdek, Ibragimova (2021) o'zining tadqiqotlarida turizmda mavsumiylikni iqtisodiy talafot sifatida baholab, uni kamaytirishda raqamli marketing va onlayn bronlash tizimlarining rolini yuqori baholaydi. Uning tadqiqotida mavsumiylikni targ'ib qilish siyosatlari va axborot platformalari orqali yumshatish g'oyasi ilgari suriladi. Biroq, bu yondashuv jamiyatning raqamli savodxonligi va internet infratuzilmasi darajasiga bog'liq.

Tribe (2005) o'zining tadqiqotlarida turizmni iqtisodiy tizim sifatida tahlil qilib, mavsumiylikni iqtisodiy notengliklarning bir ko'rinishi sifatida baholaydi. Uningcha, mavsumiylik aholi daromadlari va xizmat ko'rsatuvchi sub'ektlar faoliyati o'rtasidagi tengsizlikni kuchaytiradi. Traybning yondashuvi asosan makroiqtisodiy tahlillarga asoslangan bo'lib, mavsumiylikni kamaytirishning tarkibiy yechimlaridan biri sifatida turizmni «mixed-use economy» - ya'ni turli maqsadlar uchun faoliyat yurituvchi sektor sifatida qayta tashkil qilishni taklif etadi.

Beyli va Uilyams (2006) o'zlarining tadqiqotlarida mavsumiylikning mehnat bozoriga ta'sirini o'rganib, turizm sohasida vaqtinchalik ish o'rinlari, ayniqsa yoshlar va ayollar uchun kam ta'minlangan va xavfli ish sharoitiga olib kelishi mumkinligini ko'rsatadi. Ularning tadqiqotlari mavsumiylikning ijtimoiy ta'sirlarini chuqur yoritadi va inson kapitaliga salbiy ta'sirini baholaydi. Ammo bu yondashuvlarda iqtisodiy rag'batlantirish mexanizmlari yoki infratuzilma siyosatlari yetarlicha ishlab chiqilmagan.

Defert (1991) tomonidan turizm hududlarini rejalashtirishda mavsumiylikni hisobga olmaslik natijasida ko'plab turistik joylar «o'lik mavsum»da iqtisodiy tanazzulga uchrayotganini ta'kidlaydi. U o'z tadqiqotlarida «turizm va shahar miqyosidagi mavsumiy bosim» tushunchasini ilgari suradi. Defert mavsumiylikni yumshatish uchun hududiy rejalashtirishni turizm taqvimiga bog'lashni tavsiya etadi.

O'Rayli (1986) tomonidan esa «kar'era turizmi» konsepsiyasida mavsumiylikni turistik mahsulotning jozibadorligi bilan bog'laydi. Unga ko'ra, mavsumiylik faqat havo yoki infratuzilma bilan bog'liq emas, balki turistlarning turizmga bo'lgan dinamik qiziqishi, ya'ni muayyan vaqtda ma'lum turlarga bo'lgan moda, trendlar bilan ham bog'liq. Uning tadqiqoti shundan dalolat beradiki, marketing va media siyosatlari orqali mavsumiylikni qayta shakllantirish mumkin.

Ges (1994) tomonidan mavsumiylikni xizmat ko'rsatish sifatini nazorat qilish nuqtai nazaridan o'rgangan. U mavsumdan mavsumga o'zgarib turadigan ishchi kuchi tufayli xizmat standartlari tushib ketishini tanqid qiladi va doimiy kadrlar zaxirasini shakllantirish bo'yicha klaster modeli ishlab chiqadi. Gesning modelida davlat, ta'lim muassasalari va xususiy sektor o'rtasida kadrlar tayyorlashdagi uzluksiz hamkorlik muhim o'rin tutadi.

Mirzaev (2019) tomonidan turizm sohasida davlat va xususiy sektor hamkorligi mavsumiylikni yumshatishda hal qiluvchi rol o'ynashi mumkinligini qayd etadi. U mavsumdan tashqari davrlarda davlat tomonidan maxsus subsidiyalar va soliq yengilliklari orqali xususiy sub'ektlarni qo'llab-quvvatlash modelini taklif etadi.

Qurbonova (2021) esa qishloq turizmining mavsumiylikka nisbatan chidamliroq tur deb baholab, agroturizm va etnoturizmni yil davomida jozibali saqlash uchun mahalliy branding va marketing siyosatlarini shakllantirishni taklif etadi. Uning tadqiqotida ijtimoiy aloqalar va an'analarni to'g'ri yo'naltirish turizmni uzluksiz faoliyatga aylantirishi mumkinligi ko'rsatib berilgan.

Xulosa qilib aytganda, mavjud adabiyotlar mavsumiylikni yumshatishga doir muhim ilmiy qarashlarni taklif etsa-da, ularni O'zbekiston real sharoitiga to'liq moslashtirish, kompleks tashkiliy va iqtisodiy modellar yaratish hamda amaliy strategiyalar ishlab chiqishda yetarlicha ijtimoiy va hududiy kontekst hisobga olinmagan. Shu sababli, mavzuni chuqurroq o'rganish va milliy sharoitlarga moslashgan ilmiy asoslangan mexanizmlarni ishlab chiqish bugungi kun talabidir.

### Tadqiqot metodologiyasi.

O'zbekistonda turistik oqim mavsumiyligi barqarorligini boshqarishning tashkiliy mexanizmlarini ilmiy tahlil qilish va ishlab chiqish jarayonida 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 muhokamasi.

Turizm - jahon miqyosida eng tez o'suvchi sohalardan biri bo'lib, u iqtisodiy o'sish, yangi ish o'rinlari yaratish, eksport hajmini oshirish, madaniy almashinuv va xalqlar o'rtasidagi muloqotni kuchaytirishda muhim o'rin tutadi. Xalqaro tajriba shuni ko'rsatmoqdaki, turizm sektori nafaqat turistik xizmatlar bozori, balki qishloq xo'jaligi, sanoat, qurilish, hunarmandchilik, transport va axborot texnologiyalari kabi sohalar bilan chuqur integratsiyalashgan holda faoliyat yuritadi. Shu boisdan ham, turizmning samarali va barqaror rivojlanishi iqtisodiyotdagi ko'plab tarmoqlarning o'sish sur'atlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

1-jadval.

#### 2020–2024 yillarda fasllar bo'yicha turistlar oqimi (ming kishi)

Yillar	Bahor	Yoz	kuz	qish
2000	1200	600	1100	400
2021	1500	700	1400	500
2022	1800	900	1700	600
2023	2100	1100	1900	700
2024	2250	1150	2050	800

**Manba:** O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlar asosida muallif tomonidan shakllantirilgan.



Jadvaldagi ma'lumotlarga ko'ra, 2020–2024 yillar davomida turistlar soni bosqichma-bosqich o'sib borayotgan bo'lsa-da, fasllar bo'yicha taqsimotdagi nomutanosiblik deyarli o'zgarmagan. Bahor va kuz oylarida turistlar oqimi boshqa fasllarga nisbatan ikki barobar yuqori. 2024 yilda bahorda 2250 ming, kuzda 2050 ming turist qayd etilgan bo'lsa, qishda 800 minggacha tushib qolgan.

Bu holat mavsumiylikning tarkibiy muammoga aylanganini ko'rsatadi. Turizm infratuzilmasi, marketing va mahsulot siyosati yil davomida teng yuklamaga ega emas. Bu xizmat ko'rsatish sohasidagi biznes sub'ektlari uchun barqaror daromad manbaining yo'qligi, sarmoyadorlar uchun esa iqtisodiy tavakkalning yuqoriligini anglatadi.

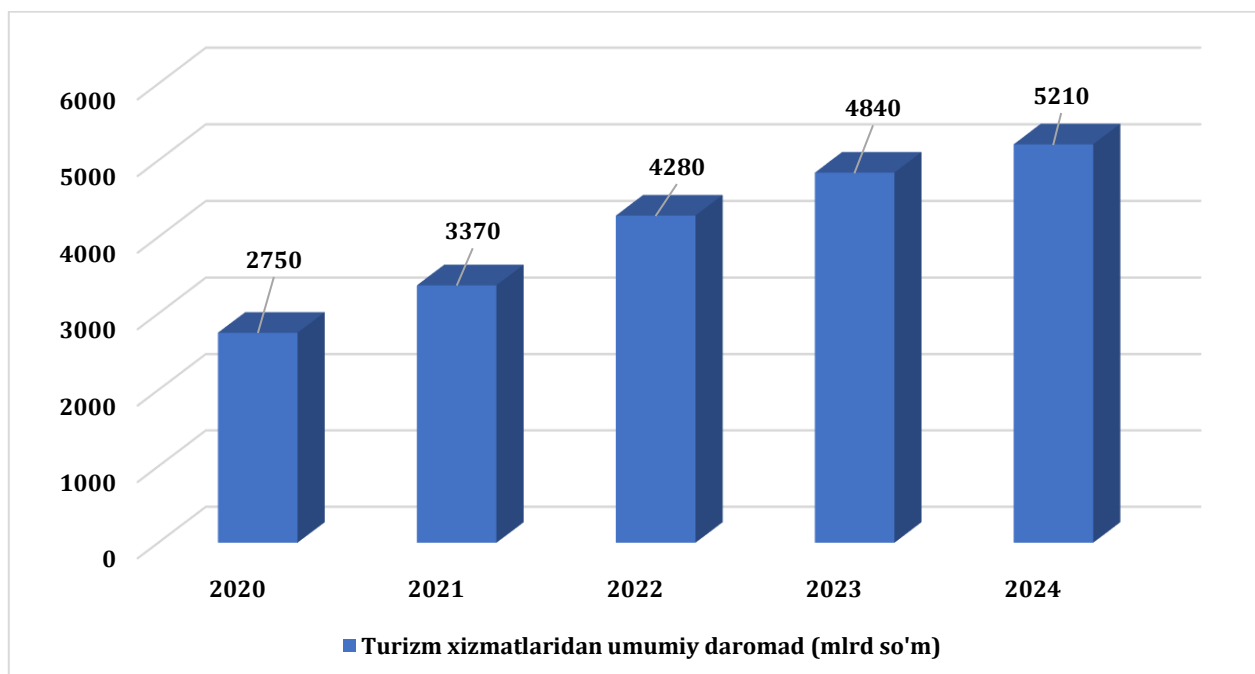
2-jadval.

## 2020–2024 yillarda mavsumiy turizm daromadlari (mlrd so'mda)

Yillar	Bahor	Yoz	Kuz	Qish
2000	980	500	920	350
2021	1200	600	1150	420
2022	1450	850	1380	600
2023	1620	980	1530	710
2024	1750	1000	1670	790

**Manba:** O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlar asosida muallif tomonidan shakllantirilgan.

Ushbu jadvaldan ko'rinib turibdiki, 2020–2024 yillar davomida turizmdan olinayotgan umumiy daromad o'sib borayotgan bo'lsa-da, mavsumlar o'rtasidagi iqtisodiy notenglik saqlanib qolmoqda. Bahor va kuzdagi daromadlar qish va yoz oylariga nisbatan deyarli ikki baravar ko'p. Bu holat mavsumiylikka qarshi yetarli chora-tadbirlar ko'rilmayotganini ko'rsatadi.



1-rasm. 2020–2024 yillarda turizm xizmatlaridan olingan daromadlar (mlrd so'mda)

**Manba:** O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlar asosida muallif tomonidan shakllantirilgan.

Yuqorida keltirilgan rasmdan ko'rinib turibdiki, 2020–2024 yillar davomida turizm xizmatlaridan olinayotgan umumiy daromad yil sayin barqaror o'sib bormoqda. 2020 yilda

pandemiya ta'siri natijasida eng past ko'rsatkich qayd etilgan bo'lsa, keyingi yillarda mamlakatdagi turizm siyosati, viza yengilliklari, infratuzilma rivoji va reklama faolligi bu ko'rsatkichning sezilarli o'sishiga olib kelgan.

Biroq mavsumiy o'sish asosan bahor va kuz fasllaridagi faollik hisobiga ro'y berayotganini ko'rsatadi. Qish va yoz fasllaridagi daromad o'sishi sezilarli emas, bu esa soha barqarorligi uchun xavf solishi mumkin. Mavsumdan tashqari davrlarda turizm xizmatlarini rag'batlantirish, mahsulotlarni diversifikatsiya qilish, ichki turizmni qo'llab-quvvatlash orqali umumiy daromadlar muvozanatini ta'minlash mumkin.

### **Xulosa va takliflar.**

Turizm sohasi iqtisodiyotning strategik yo'nalishlaridan biri sifatida mamlakatlar rivoji va xalqaro raqobatbardoshlikda muhim rol o'ynaydi. O'zbekistonda bu soha davlat siyosati darajasiga ko'tarilgani, turizmni erkinlashtirish va raqobatbardosh muhit yaratishga qaratilgan keng ko'lamli islohotlar orqali tasdiqlandi. Biroq turizmning to'liq va barqaror rivoji uchun mavjud to'siqlardan biri - bu turistik oqim mavsumiyligi muammosidir.

2020-2024 yillar davomidagi statistik ma'lumotlar tahlilidan ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda turizm oqimi fasllar bo'yicha keskin nomutanosib taqsimlangan. Bahor va kuz oylarida turistlar soni, xizmatlardan olinadigan daromad va infratuzilma yuklamasi yuqori bo'lsa-da, yoz va qish oylarida bu ko'rsatkichlar sezilarli darajada pasayadi. Mazkur holat infratuzilmaning samarasizligi, mehnat resurslarining vaqtinchalik ish bilan ta'minlanishi, xizmat ko'rsatish sifatining turg'unligi va sarmoyaviy tavakkalning ortishiga olib kelmoqda.

Olib borilgan tadqiqot natijalariga ko'ra turizm sohasida mavsumiylikni yumshatish uchun turli nazariy va amaliy yondashuvlar taklif etilgan. Jumladan, mahsulot diversifikatsiyasi, ichki turizmni rag'batlantirish, infratuzilmani fasllarga moslashtirish, turistik marketing strategiyalarini qayta ko'rib chiqish kabi takliflar mavjud. Ammo amaliyotda mazkur yondashuvlarning to'liq va tizimli joriy etilmagani turizmdagi mavsumiy muvozanatsizlikni saqlab qolmoqda.

Mavjud tahlillar asosida quyidagi ilmiy asoslangan xulosalar va amaliy tavsiyalar ilgari suriladi:

1. Mavsumiylik - turizmning tizimli muammosidir. Bu faqat iqlim yoki geografiyaga emas, balki iqtisodiy rejalashtirish, boshqaruv, marketing va kadrlar siyosatiga ham bog'liq. Shuning uchun mavsumiylikni yumshatish kompleks yondashuvni talab etadi.

2. Turizm mahsulotlarini diversifikatsiya qilish zarur. Sog'lomlashtirish, agroturizm, ekoturizm, etnoturizm va qishki sport turlari kabi faslga bog'liq bo'lmagan yoki qish/yozda faol bo'ladigan turlarni rivojlantirish strategik ahamiyatga ega.

3. Ichki turizmni qo'llab-quvvatlash mavsumiylikni yumshatishda hal qiluvchi omil bo'la oladi. Mahalliy aholi uchun qulay xizmatlar, chegirmalar, turizm ta'lim-targ'iboti va infratuzilma orqali ichki turizm doimiy talab manbai sifatida xizmat qiladi.

4. Infratuzilmani yil davomida faoliyat yuritishga moslashtirish kerak. Ayniqsa, mehmonxonalar, sog'lomlashtirish markazlari, dam olish maskanlari qish va yoz sharoitida ham xizmat ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lishi lozim.

5. Marketing va raqamli kommunikatsiya siyosatlari mavsumiy ravishda emas, yil davomida faol bo'lishi shart. Bu internet platformalar, mobil ilovalar, turpaklar va turizmning raqamli ekotizimini shakllantirish orqali amalga oshirilishi mumkin.

6. Hududiy turizm klasterlari mavsumiy muammoni lokal darajada hal etishi mumkin. Har bir hududning iqlim, infratuzilma va madaniy salohiyatidan kelib chiqib, yil davomida faol turizm formalari shakllantirilishi kerak.

7. Mehnat resurslari barqarorligi ta'minlanishi lozim. Mavsumiy ish o'rni o'rniga doimiy bandlik, ta'lim va malaka oshirish tizimlari orqali xizmat sifatini yil bo'yi yuqori darajada ushlab turish mumkin.

Xulosa qilib aytganda, mavsumiylik - O'zbekiston turizm sohasi uchun joriy muammodir, ammo yechim imkoniyatlari mavjud. Bu muammoni yechish, barqaror turistik oqimni shakllantirish va iqtisodiy samaradorlikni oshirish uchun aniq vazifalar, ilmiy asoslangan yondashuvlar va uzoq muddatli siyosiy-tashkiliy yechimlar talab etiladi. Turizmda mavsumiylikka qarshi kurash nafaqat iqtisodiy samaradorlik, balki soha barqarorligini ta'minlashga xizmat qiladi.

#### **Adabiyotlar/Литература/References:**

- Butler R. W. (1980). *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Bailey, A., & Williams C. (2006). *Seasonal Labour Migration in the Tourism Industry*. *Tourism Geographies*, 8(3), 265–285.
- Cooper C., van Wester S. (1992). *Tourism: Principles and Practice*. Longman Group UK.
- Defert P. (1991). *Tourism and the Limits of Regional Development*. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 65–78.
- Getz W.J. (1994). *Seasonality and the Business of Tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1), 47–58.
- Heinemann G. (2002). *Strategies to Combat Seasonality in the Tourism Industry*. *Journal of Tourism Studies*, 13(2), 45–52.
- Smith M. K., & Lundtorp, S. (2001). *Seasonality in Tourism*. Pergamon.
- Tribe J. (2005). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Elsevier.
- Ёрқулов Ш. (2022). Мамлакатда туризм секторидаги мавжуд муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари. *Илмий-амалий журнал*, №3, 45–49.
- Ибрагимова Г. (2021). Туризм соҳасида мавсумийликнинг иқтисодий таъсири. *Туризм ва иқтисодиёт*, №2, 18–23.
- Қурбонова С. (2021). Қишлоқ туризми: мавсумийликка қарши инновацион ёндашувлар. *Туризм ва Инновациялар*, №1, 25–30.
- Мирзаев М.М. (2019). Туризм соҳасида давлат-хусусий шериклик механизмларини ривожлантириш. *Иқтисодий таҳлил журнали*, №4, 39–44.
- O'Reilly A.M. (1986). *Tourism Carrying Capacity: Concept and Issues*. *Tourism Management*, 7(4), 254–258.
- Ҳошимов Т. (2020). Ўзбекистонда туризм инфратузилмасини ривожлантириш истиқболлари. Тошкент: *Иқтисодиёт ва таълим* нашри.