

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA‘LIM, FAN VA  
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

“TURIZM VA SERVIS” KAFEDRASI

*Qo‘lyozma huquqida*

UDK: 338.48:339.138 (575.1)

GAPPAROVA UMIDA YUNUSBAYEVNA

TUROPERATORLIK FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH VA  
SAMARADORLIGINI OSHIRISH

71010401 – “Turizm (faoliyat turlari bo‘yicha)”  
mutaxassisligi bo‘yicha

Magistr akademik darajasini olish uchun yozilgan

**DISSERTATSIYA**

Ilmiy rahbar: i.f.d.(DSc), prof. Aliyeva M.T.

TOSHKENT-2023

Magistrlik dissertatsiya ishi "Turizm va servis" kafedrasida dastlabki himoyadan o'tgan.

5-sonli bayonnoma "26" may 2023 y.

Kafedra mudiri: Axmedov I.

[imzo]  
imzo

05.05.2023 y.  
sana

Ilmiy rahbar: Aliyeva M.T.

[imzo]  
imzo

05.05.23 y.  
sana

Talaba: Gapparova U. Yu.

[imzo]  
imzo

03.05.23 y.  
sana

Dissertasiya Magistratura bo'limida 202 yil "20" may

№ 809 T raqami bilan ro'yxatga olingan.

## ANNOTATSIYA

Turizm, Jahon turizm tashkiloti ta'rifiga ko'ra, nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy, madaniy, ekologik va siyosiy hodisadir. Shunga asoslanib, turizm marketingidan ushbu omillarning barchasini maksimal darajada hisobga olgan holda foydalanish kerak. Shu jumladan, O'zbekistonda ham turistik xizmatlar sifati jihatdan yaxshilanib, son jihatdan kengayib borayotgan bir davrda marketing tadqiqotlari orqali ularning sifatini yaxshilash, raqobatbardoshligini oshirish, turistik mahsulotlar iste'molchilari ko'proq jalb qilish zamon talabidir. Shu jihatdan ham, mavzuning dolzarb ekanligini hisobga olgan holda, ushbu mavzu doirasida tadqiqot va tahlillarni olib bordik.

Mavzuning maqsad va vazifalarini yoritib berish jarayonida xorijiy va mahalliy manbalardan, ilmiy tadqiqotlardan keng foydalandik. Iqtisodiy-matematik tadqiqot usuli yordamida mavzuni yoritdik.

Mavzuning ilmiy va amaliy ahamiyati keng bo'lib, O'zbekistonda marketing tadqiqotlari orqali turistik xizmatlar sifatini oshirish yo'llari bo'yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqdik.

*Kalit so'zlar: turizm, marketing, tashqi savdo, xorijiy sayyoh, marketing tadqiqoti, turistik xizmatlar.*

## SUMMARY

Tourism, according to the World Tourism Organization, is not only an economic but also a social, cultural, environmental and political phenomenon. Based on this, tourism marketing should be used with maximum consideration of all these factors. In particular, at a time when the quality of tourist services in Uzbekistan is improving and expanding in number, it is time to improve their quality through marketing research, increase their competitiveness, attract more consumers of tourism products. In this regard, given the relevance of the topic, we conducted research and analysis on this topic.

In the process of covering the goals and objectives of the topic, we have widely used foreign and domestic sources, scientific research. We covered the topic using the method of economic-mathematical research.

The scientific and practical significance of the topic is wide, and we have developed scientifically based proposals and recommendations on ways to improve the quality of tourism services in Uzbekistan through marketing research.

*Keywords: tourism, marketing, foreign trade, foreign tourism, marketing research, tourism services.*



<b>MUNDARIJA</b>	
Annotatsiya.....	3
Mundarija.....	4
Keltirilgan jadvallar ro'yhati.....	6
Keltirilgan rasmlar ro'yhati.....	7
Keltirilgan qisqartmalar.....	8
<b>KIRISH.....</b>	<b>9</b>
Dissertatsiya mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi .....	11
Tadqiqot maqsadi va vazifalari.....	11
Tadqiqotning asosiy muammolari va savollari .....	12
Tadqiqot ob'ekti va predmeti.....	12
Tadqiqot ilmiy yangiligi.....	12
Dissertatsiya tarkibining qisqacha tavsifi.....	13
<b>I BOB. ADABIYOTLAR SHARHI.....</b>	<b>14</b>
1.1. Mavzuga oid ilmiy-nazariy qarashlar sharhi.....	14
1.2. Mavzuga oid mahalliy me'yoriy-huquqiy hujjatlar sharhi.....	19
1.3. Mavzuga oid ilmiy adabiyotlar sharhi.....	26
<b>II BOB. METODOLOGIYA.....</b>	<b>30</b>
2.1. Ma'lumotlarni to'plash jarayoni.....	30
2.2. Tahlil uchun qo'llaniladigan usullar.....	30
2.3. Tadqiqot jarayonida kutilayotgan muammolar va ularning yechimi..	31
2.4 Tadqiqotdan kutilayotgan ilmiy va amaliy natijalar.....	31
<b>III BOB. TAHLIL VA NATIJALAR.....</b>	<b>33</b>
3.1. Turistik xizmatlar ko'rsatishda turoperatorlar va turagentlarning ahamiyati .....	33
3.2. Turoperatorlar ishini tashkil qilishda talab va taklifni bashoratlash usullari .....	41
3.3. O'zbekistonda turoperatorlik biznesini rivojlantirishda xorijiy tajribalarni qo'llash usullari.....	49
3.4. O'zbekistonda turoperatorlik biznesini rivojlantirishda turistik resurslarning ahamiyati .....	55
3.5. Turoperatorlarning marshrutlarni ishlab chiqish narxlarini belgilashdagi muammolar yechimi.....	60
<b>XULOSA.....</b>	<b>68</b>
<b>FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.....</b>	<b>73</b>
<b>ILOVALAR.....</b>	<b>78</b>

## KIRISH

### Dissertatsiya mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi

Turizm o'zining asosiy xususiyatlariga ko'ra iqtisodiy faoliyatning boshqa shakllaridan tubdan farq qilmaydi. Shuning uchun zamonaviy marketingning barcha muhim qoidalari turizmga to'liq qo'llanilishi mumkin. Shu bilan birga, turizm nafaqat tovarlar savdosidan, balki xizmatlar savdosining boshqa shakllaridan ham ajralib turadigan o'ziga xos xususiyatlarga ega. Bu yerda xizmatlar va tovarlar savdosi (mutaxassislarning fikriga ko'ra, turizmga xizmatlar ulushi 75%, tovarlar - 25%), shuningdek, turistik xizmatlar va tovarlarni ishlab chiqarish joyida iste'mol qilishning o'ziga xos xususiyati mavjud.

Turoperator xizmatlar etkazib beruvchilar bilan shartnomalar bo'yicha va turistlar ehtiyojlariga mos ravishda turlar komplektatsiyasi bilan shug'ullanadigan turistik firma(tashkilot)dir. Turoperator - bu turistik paket ishlab chiqaruvchidir. U turistik yo'nalishlar ishlab chiqish va turlar komplektatsiyasi bilan shug'ullanadi, ularning amal qilishini ta'minlaydi, reklamani tashkil qiladi, bu yo'nalishlar bo'yicha narxlarni hisoblaydi, turlarni to'g'ridan-to'g'ri yoki turistik agentliklar vositasida turistlarga sotadilar.

Turoperator turistlarni turli turistik xizmatlardan tanlash imkonini ta'minlab beradi va bir vaqtning o'zida boshqa shahar va joylarda xizmat ko'rsatishga buyurtma berish vazifasini o'z zimmasiga olib osonlashtiradi.

Turoperatorlar turizm industriyasida maxsus rolni bajaradilar. Ular turmahsulotlarni (joylarni-samolyotda, nomerlarni-mehmonxonada) sotib oladilar, turistik xizmatlar paketini shakllantiradilar va foyda olish maqsadida turli to'g'ri yoki bilvosita foydalanuvchilarga (turistlarga) sotadilar. Turoperator turistik xizmatlarni alohida ham sotishi mumkin. Bu yo foyda olish, yoki zaruriyat yuzasidan qilinadi. Masalan, imtiyozli narxlarda sotib olingan samolyotdagi joylar sonini to'ldirish uchun u chiptalarni ham sotishi mumkin va bunda u vositachi sifatida keladi.

Birinchi holda, ya'ni, turoperator paket shakllantirayotganda u turmahsulotlar ishlab chiqaruvchisi sifatida faoliyat yuritadi. Ikkinchi holda, ya'ni, turoperator