

## YURTIMIZDA SAYYOHLIK AGENTLIKLARINING FAOLIYATI VA O'RNI

*Oydinova Firusa Zafar qizi*

*Samarqand iqtisodiyot va Servis instituti talabasi*

*Abdurasulov Shovqiddin*

*Samarqand iqtisodiyot va Servis instituti*

*Turizm kafedrasida katta o'qituvchisi*

**Annotatsiya:** Maqolada turizm sohasida sayohat agentliklari faoliyati ichida bo'lgan, turpaketni tuzish haqida ma'lumotlar va shu bilan birgaturoperator, turagentlarning faoliyati qisqacha yoritilib o'tilgan.

**Kalit so'zlar:** sayyohlik agentliklari, turistik firmalar, kategoriya, statistika, turoperator, turagent, transport kompaniyalari, differensial, provayder, inklyuziv.

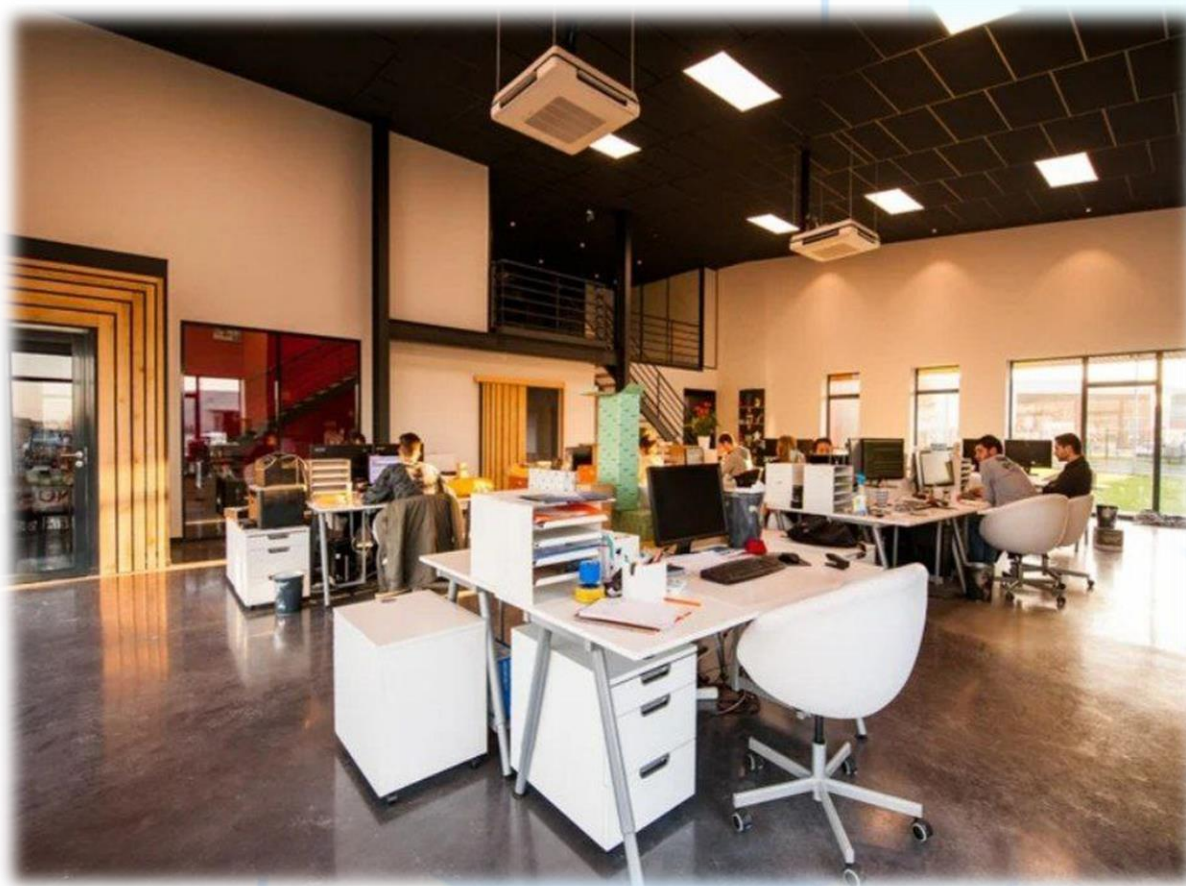
Ma'lumki, turizm sohasi jadal rivojlanib borayotgan sohalaridan biri hisoblanadi. Turizm deganda avvalam bor hammamiz sayohat qilishni tushunamiz. Sayohat yoki dam olishlarni tashkillashtirishni esa sayyohlik agentliklari amalga oshiradi. Shunga ko'ra barcha sayohat xoh ichki, xoh xalqaro turizm bo'lsin, uyushtirilgan va uyushtirilmagan sifatida tashkil etiladi. Ya'ni turistik firmalar vositachiligi yordamida xorijga yoki o'z mamlakatiga yakka yoki guruh bo'lib sayohat qilish uyushtirilgan tur hisoblanadi. Yakka yoki guruh bo'lib o'z mamlakati yoki xorijga turistlarning o'zlari tomonidan tashkil etilgan sayohat esa uyushtirilmagan tur hisoblanadi. Odatda turizmning bu kategoriyasiga nisbatan «havaskor turizm» atamasini qo'llaymiz. Uyushtirilgan va uyushtirilmagan tur maxsus statistikasi milliy va xalqaro masshtabda yurgizilmaydi, ammo ekspertlar bahosi bo'yicha jahon turizmi umumiy hajmiga uyushtirilgan turizmning 35% ga yaqin, uyushtirilmagan turizmning 65% ga yaqin ulushlari to'g'ri keladi.

Uyushtirilgan turlarning ulushi hozircha uyushtirilmagan turlardan ancha orqada qolayotgan bo'lsada, mutloq raqamlarda uyushtirilgan turlar ko'p sonli oqimlarni tashkil qiladi va yildan yilga ortib bormoqda. Shuningdek Turistik safarlarni tashkil etishda turistik firmalarning tutgan o'rni va roli benihoyatda katta. Turoperatorlar va turagentlarning o'zaro ta'sirida turoperatorlik faoliyati texnologiyasi sayyohlik mahsulotini (TP) yaratish, targ'ib qilish va oxirgi iste'molchiga sotish jarayoniga asoslangan bo'ladi. Ushbu mahsulot turoperator tomonidan mijozning (shaxsning yoki tashkilotning) talabiga binoan turistik bozor kon'yunkturasi asosida shakllantiriladi. Turoperator sayyohlarga mustaqil ravishda yoki mas'ul uchinchi shaxslarning yordami bilan TPga kiritilgan barcha xizmatlarni taqdim etadi. Turistik agentliklar tomonidan TP-ni targ'ib qilish va sotish bo'yicha turli xil faoliyat turlari turoperator va turagent o'rtasida tuzilgan shartnomada ko'rsatilgan bo'ladi. Shunga qaramasdan Agent o'z nomidan ham harakat qilishi mumkin. Ushbu kompaniyalar TPni shakllantiradilar va amalga oshiradilar, buning uchun umumiy narx savdo shartnomasi bo'yicha belgilanadi. Turoperatorlarga misol sifatida transport kompaniyalari, mehmonxonalar, ovqatlanish va ekskursiya tashkilotlari, ko'rgazma zallari, muzeylar, kurort tashkilotlari, ko'ngilochar bog'lar va sport muassasalari

kiradi. Differentiallashtirilgan sayyohlik mahsulotini tuzishda turoperator mijozlarning talab va istaklariga asoslanadi. Gap xizmatlar bilan to'yingan aniq turistik marshrutlarni ishlab chiqish haqida ketmoqda, uni yetkazib beruvchilar tomonidan ta'minlanadi, turoperator shuningdek TPni tavsiflovchi axborot reklama nashrlarini tayyorlaydi va turistik agent uchun turistik mahsulot narxini belgilaydi. Bundan tashqari, sayohat agentligi mahsulotni to'g'ridan-to'g'ri sayyohlarga targ'ib qiladi va sotadi. Turoperatorning maqsadi xizmat ko'rsatuvchi provayderlarni so'nggi turistik mijozlar bilan bog'lashdir. Turizm bozori, mavjud vaziyatni ichkaridan chuqur bilish va mijoz uchun xizmat ko'rsatuvchi provayderlarni to'g'ri tanlashi shu bilan birga bozorni tushunish va baholashga professional yondoshish muhimdir. Aslida, turoperator va turistik agentlik faoliyati o'rtasidagi farqni aniqlash qiyin bo'lishi mumkin.

Bugungi kunda, har ikkala funktsiyani bitta kompaniya bajarishi tez-tez sodir bo'ladi, u turoperator bo'lib, marshrutlarni ishlab chiqishi mumkin va sayyohlik agenti ularni oxirgi iste'molchilarga - sayyohlarga sotishi mumkin. Turoperatorlik kompaniyalari o'zlarining ish joylari bilan ajralib turadigan uchta turi mavjud:

- Ichki bozorda ishlaydiganlar bizning mamlakatimizdagi TPni tashkil etadiganlardir.
- Sayyohlik kompaniyalari xorijiy mamlakatlar uchun sayohat paketlarini shakllantiradi.
- Qabul qilish operatorlari boradigan mamlakatlardagi joylarda joylashgan bo'lib, boshqa agentlar va turoperatorlar manfaati uchun kelgan chet ellik sayyohlarga xizmat ko'rsatishadi. (1-rasm)



**1-rasm. Ushbu rasmda yurtimizda faoliyat yuritayotgan turoperatorlar va turagentlar faoliyati ko'rsatilgan.**

Turoperatorlik faoliyati xizmatlarni sotib olish, paketni shakllantirish, turistik mijozni qondirish va turistik paketni sotishdan foyda olishga asoslangan. Turoperator daromadni oladi, bu mahsulot (tur) yaratish narxi va mijozga sotish narxi o'rtasidagi farqdan hosil bo'ladi. Turoperator individual xizmatlarni sotib oladi, ushbu "to'plam" dan murakkab turistik mahsulot hosil bo'ladi, bu esa o'z navbatida, boshqa narsalar qatori, amaldagi bozor narxlariga asoslanib, o'z narxlash mexanizmiga ega. Sayyohlik agentligi - aslida chakana sotuvchining foydasiga kelsak, u turoperatorning turistik mahsulotini sotish uchun olingan komissiyalar hisobidan shakllanadi. Bundan tashqari, foyda TP sotib olish va sotish narxlari o'rtasidagi farqdan olinishi mumkin. Turistik agent TPni ham kompleksda, ham turoperatorlar narxlarida mehmonxona xonasini, aviachipta va boshqalarni ijaraga berish kabi alohida xizmatlar sifatida sotadi. Turoperatorlik faoliyati, shuningdek, turoperator tashkil etgan turlarni amalga oshiradigan agentlar, vositachilar bilan ishlashdir. Ushbu vositachilar turoperator bilan agentlik shartnomasini tuzadilar, uning doirasida agentning chegirmasi belgilanadi, shuningdek bu agentning ishi uchun to'lov bo'lgan komissiya. Shunday qilib, vositachi o'zining chegirmasini qo'lga kiritib, yakuniy mijoz uchun narxni oshirmasdan, yakuniy mahsulotni turoperator narxida sotadi.

Turistik agentlik, shuningdek, turistik mahsulotlarni sotish bo'yicha shartnomalar asosida ishlaydigan sotuvchi bo'lishi mumkin.

TP - "inklyuziv" tur - xizmatlar to'plamini o'z ichiga olgan komplekslar, har safar alohida-alohida, aniq ro'yxatsiz shakllantiriladi. Har bir mijoz mijozning xohishini hisobga olgan holda o'ziga xos yondashuvga ega. Ko'rsatilayotgan xizmatlarning to'plami va xususiyatiga, faoliyatining o'ziga xos xususiyatlariga qarab ushbu kompaniyalarning ayrim navlari mavjud. Komissiya asosida ishlaydigan va turoperatorlar tomonidan yaratilgan turlarning oddiy savdosini ta'minlaydigan agentliklar.

Transport va sayyohlik agentliklari. Ushbu kompaniyalar transport turlarini tashkil qilishadi. Ular bilan hamkorlikda temir yo'llar, havo va tranzit kompaniyalari bilan kuchlarni birlashtirib, transport tashkilotlari bilan qo'shma kompaniya tashkil etish mumkin. Transport kompaniyalari - tashuvchilar bilan hamkorlik qilish variantlaridan biri bu chiptalarni sotish bo'yicha agentlik shartnomalarini tuzishdir. Turoperatorlik faoliyatini amalga oshirish bo'yicha ko'p tarmoqli agentliklar. Bu bugungi kunda eng keng tarqalgan kompaniya turi. Ushbu firmalar barcha toifadagi mijozlarga har tomonlama xizmat ko'rsatishadi. Mijozlar orasida oddiy sayyohlarni ham, ishbilarmonlarni ham topish mumkin. Biznesda odamlarga xizmat ko'rsatadigan yuqori darajada ixtisoslashgan agentliklar. Ya'ni yirik kompaniyalarning xizmat safarlariga xizmat ko'rsatish. Dam olishni tashkil qilishdan tashqari, ushbu sayyohlik agentliklari doirasiga kongress xizmatlari ham kiradi. Turoperatorlik faoliyatining eng muhim jihati - bunday kompaniyaning ishini sug'urtalash - bu juda dolzarb masala, chunki bugungi kunda juda kam sug'urta kompaniyalari turoperatorlarni sug'urtalashni o'z zimmlariga oladilar (ularning aksariyati yaqinda o'zlarini majburiyatlarini bajarishga qodir emas deb e'lon qiladilar, o'z faoliyatini tugatadilar, zarar etkazish uchun javobgarlikni o'z zimmlariga oladilar). sug'urtalovchiga). Aslida, turoperator mijozlardan pul to'plashi va kontragentlarga xizmatlari uchun pul to'lamasligi mumkin. Sug'urtalovchi bunday xavfni o'z zimmasiga olishga majburmi? Rossiya

Federatsiyasining 24.11.1996 yildagi 132-FZ-sonli "Rossiya Federatsiyasida sayyohlik faoliyati asoslari to'g'risida" gi qonuni bilan tartibga solinadigan turoperatorlik faoliyati sohasi, shunga qaramay sug'urtalashga tegishli. Agar turoperator o'z faoliyatini tugatishi sababli TPni amalga oshirish to'g'risidagi shartnomada o'z majburiyatlarini bajara olmasa, o'z mablag'lari hisobidan o'z javobgarligi xavfini sug'urta qilishga majburdir.

**Turoperatorlar faoliyati quyidagi xodimlar tomonidan ta'minlanadi**

Birinchi malaka daraja	Ikkinchi malaka daraja	Uchinchi malaka daraja
Bron qilish operatori	Belgilangan manzil menejeri	Turoperatorlar bo'limi direktori / boshlig'i
Savdo operatori	Savdo va bron qilish bo'yicha menejer	—
Chiqish turizmi operatori	Marketing	—
Jamoatchilik bilan aloqalar menejeri	Turistik mahsulotlar	—
hamroh	Ijtimoiy munosabat	—
Referent	Viza menejeri	Mijozlar bilan ishlash
Kotib	Inson resurslari menejeri	Axborot texnologiyalari

Yuqorida berilgan ma'lumot asosida shuni xulosa qilib aytishimiz mumkinki XXI asrda turizm rivojlanib bormoqda . Shu bilan bir qatorda turizmni ichida esa sayyohlik agentliklari tarmog'I ham o'z o'rniga ega holatda rivojlanib bormoqda.Qo'shimcha sifatida shuni taklif qilishimiz mumkinki sayyohlik agetliklarini ko'paytirish va ko'proq turistlarni jalb qilish maqsadida turpaketlarni zamon talablariga mos qilib va har bir yosh chegarasiga ma'qul buladigan holda tuzish kerak.

**Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. <https://hozir.org/turistik-firmalar-va-xodimlari-faoliyatining-nazariy-asoslari.html?page=6>
2. <https://kompy.info/mundarija-kirish-i-bob-turistik-firmalar-va-faoliyatining-naza.html?page=5>
3. <http://genderi.org/navoiy-kon-metallurgiya-kombinati-navoiy-davlat-konchilik-texn.html?page=3>
4. Eshtaev A.A., Norchaev A.N., Ruziev S.S. O`zbekiston Respublikasida turizm xizmati va servis sohasini rivojlantirish yo'llari. T.: TDIU, 2007. – 38 b.
5. Turizm infratuzilmasini rivojlantirishning metodologik, uslubiy asoslarini takomillashtirish” mavzusidagi xalqaro ilmiy anjuman materiallari, Samarqand-2014