

Н.Н. САФАРОВА



# ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ



337.47  
С. 16.

**САФАРОВА НИЛУФАР  
НЕЪМАТИЛЛАЕВНА**

**ТУРИЗМ  
РИВОЖЛАНИШНИНГ  
ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ  
АСОСЛАРИ**

102873

2/8

«IFMR» нашриёти  
Тошкент – 2017

ББК: 65.433

УДК: 338.48

С 16

Сафарова Нилуфар Неъматиллаевна

Туризм ривожланишининг илмий-назарий асослари: Н.Н. Сафарова./Монография/ — Тошкент: «IFMR» нашриёти, — 2017. 220 бет.

**Илмий маслаҳатчи:** иқтисод фанлари доктори  
Каримова Дилдора Мирсабитовна

**Таъризчилар:** иқтисод фанлари доктори, проф.  
Олимжонов Одил Олимович,  
иқтисод фанлари доктори  
Назаров Шарофиддин Ҳақимович

**Илмий муҳаррир:** Нарзикулов М.П.

*Мазкур монография Ўзбекистон Республикасида туризм ривожланишини илмий-назарий асосларини тадқиқ этиш, мамлакатимизнинг туризм соҳасидаги улкан салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва туризм соҳасининг миллий иқтисодиётдаги салмоғини оширишга қаратилган чоратадбирлар ва амалий тавсияларни ишлаб чиқишга бағишланган.*

*Монографияда халқаро туризм бозоридаги тенденцияларни таҳлил этиш ва замонавий эконометрик усулларни қўллаш асосида мамлакатимиз сарҳадларига кирувчи туризм оқимларига таъсир қилувчи ижтимоий-иқтисодий ва ҳудудий омиллар илғор усуллар, муаллиф ишлаб чиққан формулалар, жадваллар ва солиштирма қиёслашлар ёрдамида аниқланди. Муҳими, туризм ривожланиши ва иқтисодий ўсиш алоқадорлиги тестлари воситасида соҳанинг стратегик аҳамиятга эга эканлиги илмий-назарий жиҳатдан тасдиқланди.*

Монография Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Прогнозлаштириш ва макроиқтисодий тадқиқотлар институти Илмий Кенгашининг 2016 йил 29-декабрдаги 9-сонли қарори билан тасдиқланган.

ISBN 978-9943-4579-5-9

© Сафарова Н.Н.  
© «IFMR» нашриёти, 2017

## МУНДАРИЖА

|             |   |
|-------------|---|
| КИРИШ ..... | 5 |
|-------------|---|

### I БОБ. ТУРИЗМ БАРҚАРОР РИВОЖЛАНИШИГА ОИД ТАДҚИҚОТЛАРНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

|   |    |
|---|----|
| 1.1. Туризм тизими ва таркибий элементларини<br>аниқлашга доир назарий ёндашувлар ..... | 9  |
| 1.2. Туризм барқарор ривожланишининг концептуал<br>асослари .....                       | 24 |
| 1.3. Туризм барқарор ривожланишининг<br>макроиқтисодий таъсири турлари .....            | 38 |
| 1.4. Туризм ривожланишининг халқаро тенденция-<br>лари ва асосий йўналишлари .....      | 46 |
| I боб бўйича хулосалар .....  | 59 |

### II БОБ. ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШINI ПРОГНОЗЛАШТИРИШНИНГ УСЛУБИЙ МАСАЛАЛАРИ

|  |     |
|--|-----|
| 2.1. Туризм ривожланишини прогнозлаштиришнинг<br>услубий ёндашувлари .....                     | 61  |
| 2.2. Туризм миллий статистик базасининг<br>прогнозлаштиришдаги аҳамияти .....                  | 77  |
| 2.3. Туризм ва иқтисодий ўсишнинг ўзаро<br>алоқадорлигини баҳолаш услуги .....                 | 84  |
| 2.4. Туризм талаби ҳажми ва рақобатбардошлигининг<br>асосий омилларини аниқлаш услублари ..... | 96  |
| 2.4.1. Туризм талаби омилларини гравитация модели<br>воситасида аниқлаш .....                  | 96  |
| 2.4.2. Халқаро туристик оқимларга рақобатбардош-<br>ликнинг таъсирини баҳолаш услуги .....     | 102 |
| II боб бўйича хулосалар .....  | 110 |

|  |     |
|--|-----|
| III БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ<br>РИВОЖЛАНИШИНING ЗАМОНАВИЙ ҲОЛАТИ   |     |
| 3.1. Республика ва унинг минтақаларида туризм<br>ривожланишининг динамикаси ва муаммолари ....                     | 112 |
| 3.2. Макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш<br>шароитида туризмнинг иқтисодий ўсишга таъсири<br>хусусиятлари ..... | 126 |
| 3.3. Халқаро туризм ривожланишининг макро-<br>иқтисодий ва ижтимоий-маданий омиллари .....                         | 135 |
| III боб бўйича хулосалар .....   | 152 |

|  |     |
|--|-----|
| IV БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИ-<br>ШИНING ЎРТА ВА УЗОҚ МУДДАТЛИ ИСТИҚБОЛЛАРИ                                |     |
| 4.1. Ўрта ва узоқ муддатли истиқболда туризм<br>ривожланишининг прогнозлари .....                                  | 154 |
| 4.2. Ўзбекистонда туризм барқарор ривожланишини<br>таъминлашнинг институционал асосларини<br>такомиллаштириш ..... | 159 |
| 4.3. Туризм рақобатбардошлигини оширишга<br>йўналтирилган чора-тадбирлар .....                                     | 167 |
| IV боб бўйича хулосалар .....  | 175 |

|   |     |
|---|-----|
| МОНОГРАФИЯ БЎЙИЧА ХУЛОСАЛАР .....                   | 177 |
| Мураккаб сўзлар ва атамаларнинг изоҳли луғати ..... | 184 |
| Фойдаланилган адабиётлар рўйхати .....              | 190 |
| Иловалар .....                                      | 204 |

## КИРИШ

Ташқи бозорларда рақобат ва беқарорлик кучайиб бораётган шароитда иқтисодиётнинг реал тармоқлари, хусусан хизматлар соҳаси ва туризмнинг барқарор ривожланишини таъминлаш аҳамияти ортиб бормоқда. Зеро, туризм соҳаси аҳоли турмуш даражасига ижобий таъсир кўрсатиши, иқтисодиётнинг бошқа тармоқларидаги талабни бевосита ва билвосита тарзда рағбатлантириши ҳамда янги иш ўринларини яратиши билан алоҳида аҳамият касб этади.

Бироқ, мазкур соҳанинг халқаро амалиёти таҳлили туризм соҳасидаги қисқа муддатларда йирик миқдорда даромад олишга интилишни қамраб олган фаолияти атроф-муҳит, маданий-маърифий ресурслар ва умуминсоний қадриятларга путур етказиш каби бир қатор жиддий салбий оқибатларга олиб келишини кўрсатмоқда. Шу боис, ҳар бир мамлакатнинг туризм соҳасидаги имкониятлардан узоқ муддатли истиқболда ҳам тўлақонли фойдаланишни таъминлаш мақсадида рақобатбардошлик ва барқарорликни таъминлашга йўналтирилган махсус сиёсат юритиши кечиктириб бўлмайдиган вазифалардан бирига айланди.

Марказий Осиёнинг жавоҳири — табиий иқлими энг мўътадил, ҳосилдор замини йилда қарийб 320 кун давомида қуёш нурларидан тўлиқ баҳра оладиган, қаърида Менделеев даврий тизимидаги барча унсурларни беҳисоб ҳажм ва миқдорда сақлаб турган тоғлар, Амударё, Сирдарё, Зарафшон сингари дарёлар, қолаверса, қисмати аччиқ Орол денгизи жойлашган Ўзбекистоннинг қуруқ иссиқ иқлимли бетакрор гўзал табиати, бой тарихий-археологик мероси, юксак маънавий қадриятлари, анъаналари, миллий хунармандчилик жозибаси, халқининг ўзига хос илғор хислат ва фазилатлари республикамиз дунёнинг туризм марказларидан бирига айланиши учун етарли салоҳиятга эга эканлиги жаҳон ҳамжамияти экспертлари томонидан кенг эътироф этилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президенти Ислон Каримов ташаббуси билан Самарқанд, Бухоро, Хива, Шаҳрисабз, Қўқон, Тошкент каби қадимий шаҳарларимиз қайта таъмирланиб, янгича қиёфа касб этди. Мамлакатимиз ҳудудида мавжуд бўлган 4 мингдан зиёд моддий-маънавий аҳамиятга эга обида умумжаҳон меросининг ноёб намунаси сифатида ЮНЕСКО муҳофазасига олинган.

Бундай улкан салоҳиятга қарамасдан, туризмни ривожлантиришда комплекс ёндашувлар қўлланилмаганлиги боис, юртимиз иқтисодиётида мазкур соҳа муносиб ўрнини топмаган. Масалан, Жаҳон сайёҳлик ва туризм комитетининг 2015 йилдаги маълумотларига кўра, туризм хизматларининг мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотигаги (ЯИМ) тўғридан-тўғри улуши 1%ни, бошқа тармоқларга кўрсатган мультипликатив таъсирларини эътиборга олган ҳолдаги умумий улуши эса 3,2% ни ташкил этди. Ўзбекистонда туризм иқтисодиётининг кенг мультипликатив таъсири билан ҳисобланган реал ҳажми жаҳон миқёсида 115-ўрин, ЯИМдаги улуши бўйича эса 179-ўринни эгаллаган<sup>1</sup>.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли Фармонида туризмга иқтисодиётнинг стратегик сектори мақоми берилиши билан юртимизда ушбу соҳанинг улкан салоҳиятини руёбга чиқиши ва жадал ривожланиш йўлига ўтиши учун мустақкам асос яратилди. «Ўзбектуризм» миллий компанияси негизида ташкил этилган Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитасига туризм соҳасини халқаро норма ва стандартлар даражасига кўтариш учун чуқур макроиқтисодий таҳлиллар ва стратегик тасаввурларга асосланган туризм сиёсатини ишлаб чиқиш вазифаси юкланди.

Пировард натижада Давлат даромадларини мустақкамлашга, Ўзбекистонни ташвиқ этишга муҳим ҳисса қўшиши шубҳасиз деган хулосага келинган туризм соҳасидаги мавжуд ички имкониятлардан самарали фойдаланиш, унинг

<sup>1</sup> World Travel & Tourism Council. (2016). Travel and tourism impact 2016: Uzbekistan. [www.wttc.org](http://www.wttc.org).

дунё мамлакатлари ўртасидаги ижобий кўрсаткичларини янада кўтариш мақсадида бу борада илғор ахборот технологиялари ва хизматлар тизимини амалиётга киритиш ва тизимни иқтисодий жиҳатдан бақувват индустрияга айлантириш имконини яратадиган бир қатор кенг қамровли сиёсий, маъмурий, норматив-ҳуқуқий ҳужжатларни ўз ичига олган давлат туризм сиёсатини акс эттирадиган комплекс чора-тадбирлар тўпламини ишлаб чиқиш ва босқичма-босқич амалга ошириш талаб этилади.

Ана шундай объектив жараёнда туризм соҳасининг рақобатбардошлигини белгиловчи ва барқарор ўсишини таъминловчи омилларни ўрганиш иқтисодиётнинг янги ва мураккаб тадқиқот предмети сифатида намоён бўлмоқда. Чуқурлашиб бораётган глобаллашув жараёнлари, жаҳон сиёсий ва иқтисодий ҳаётида рўй бераётган шиддатли ўзгаришлар туризм олдига бир қатор муаммо ва вазифаларни кўндан-кўн қўймоқда. Уларни муваффақиятли ҳал қилиш учун туризм ривожланишини прогнозлаштиришда талаб ва таклифнинг анъанавий омиллари бўлган даромад, баҳо ва давлатлар орасидаги масофа билан биргаликда туризм муҳити сифатини ифодаловчи барқарорлик ва рақобатбардошлик омилларини камраб олган назарий-услубий ёндашувларни ишлаб чиқиш муҳим илмий-амалий аҳамият касб этади.

Мазкур монография туризм ривожланишининг илмий-назарий асосларини тадқиқ этиш, мамлакатимизнинг туризм соҳасидаги улкан салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва туризм соҳасининг миллий иқтисодиётдаги салмоғини оширишга қаратилган чора-тадбирлар ва амалий тавсияларни ишлаб чиқишга бағишланган. Монографияда Ўзбекистон Республикасида туризм тараққиётига таъсир этувчи жаҳон туризм бозоридаги тенденциялар таҳлил этилиб, кириш туризми оқимларига ижтимоий-маданий ва ҳудудий омиллар таъсири баҳоланди. Эътиборлиси, туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири ва аниқланган алоқадорлик йўналиши соҳанинг муҳим стратегик аҳамиятини яна бир бор тасдиқлайди.



Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган услубий ёндашувлар давлат ва маҳаллий бошқарув органлари томонидан туризмни ривожлантириш стратегияси ва ҳудудий ривожланиш дастурларини ишлаб чиқишда тадбиқ этилиши мумкин. Монографиядан туризм йўналиши бўйича кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлаш ва ушбу мавзу доирасида тадқиқотлар ўтказишда кенг фойдаланиш мумкин.

Монографияда ўз аксини топган Ўзбекистон туристик бозорини халқаро туризм тизимининг ажралмас бўғини сифатида талқин этиш орқали рақобатбардошлик ва барқарорлик масалаларини ўрганишга бағишланган дастлабки уринишлардан бўлиб, бу йўналишда давом эттирилиши лозим мавзулар доираси жуда кенгдир. Н.Н.Сафарова ушбу тадқиқотни амалга оширишда кўрсатган ёрдамлари ва илмий маслаҳатлари учун и.ф.д. Д.М.Каримовага, тақризчилар - и.ф.д., профессор О.О.Олимжонов, и.ф.д. Ш.Х.Назаров ҳамда илмий муҳаррир М.П.Нарзикуловга ўзининг чуқур миннатдорчилигини изҳор этади.

---

# I БОБ. ТУРИЗМ БАҲАРАР РИВОЖЛАНИШИГА ОИД ТАДҚИҚОТЛАРНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

## 1.1. Туризм тизими ва унинг таркибий элементларини аниқлашга доир назарий ёндашувлар

Кейинги ярим асрдан буён туризм соҳасида фаол олиб борилаётган тадқиқотларда мазмун ва моҳияти жиҳатидан умумий концепция деб баҳоланган туризмни ҳар томонлама ва чуқур ўрганишда комплекс ёндашувлар тадбиқ этилиши зарурияти юқорилиги «қизил ип» бўлиб ўтади. Уларнинг баъзиларида туризм — иқтисодиётнинг бир бутун тармоғи, айримларида — бир нечта мустақил тармоқлар мажмуаси ёки яхлит тизим сифатида тадқиқ этилгани кузатилади. Бу тадқиқотларда туризмга алоқадор концепциялар танланган ёндашувга мувофиқ турлича талқин этилган ва натижада турли хил хулосалар олинган.

Туризм — мураккаб ижтимоий-иқтисодий феномен бўлганлиги боис, тадқиқотнинг илк босқичидаёқ, унинг қамрови ва кўламини тўғри ва аниқ белгилаш шубҳасиз, муҳим аҳамият касб этади. Туризмнинг иқтисодий-ижтимоий аҳамиятига алоҳида урғу бериш мақсадида уни иқтисодиёт тармоғи ёки туризм саноати сифатида талқин этиш қўйилган мақсадларга тўлиқ жавоб бермайди<sup>1</sup>. Бундай кўринишдаги талқинлардан туризм соҳасида фаолият юритаётган аксарият уюшмалар, вакиллик ташкилотлари ва муассасалари, тадбиркорлик ва кичик бизнес субъектлари ўзларининг тор манфаатлари йўлида кенг фойдаланиб кел-

---

<sup>1</sup> Leiper, N. (2008). Why «the tourism industry» is misleading as a generic expression: the case for the plural variation, «tourism industries». *Tourism management*, 29, pp. 237–251.

моқда. Бироқ, самарали давлат сиёсати туризм соҳасининг қамрови ва кўлами тўғрисида аниқ тушунчага эга бўлиш орқали унинг таъсирини тўғри ва оқилона баҳолаш ва уни бошқа тармоқларнинг таъсири билан солиштиришни талаб этади<sup>1</sup>.

Туризмнинг серқирра таъсирини ўрганишга оид тўпланган билим ва тажрибанинг таҳлили режалаштиришда фақат маркетинг ва туризм хизматларигагина эътибор қаратилиши қониқарсиз ёндашув эканини кўрсатади.<sup>2</sup> Туризмни режалаштиришдек мураккаб вазифани туризмни тизим сифатида тадқиқ этиш орқали амалга оширишнинг самарадорлиги юқори эканлиги исботланади.

Туризмга тизим сифатида ёндашувнинг шаклланишига муносиб ҳисса қўшган «рекреация географияси»нинг отаси — Р.И.Волфе, шунингдек, С.Л.Смит, Л.С.Мичелл сингари Шимолий Америкалик олимларнинг илмий ишларида туризм тизими рекреация ресурсларининг ҳудудий жойлашуви, саёҳат йўналишлари ва транспорт алоқалари каби муҳим жиҳатлари тадқиқ этилади. Бироқ, кейинчалик хусусий сектор ҳамда истеъмолчиларга етарли даражада эътибор қаратилмаганлиги сабабли «рекреация географияси» танқид қилинади.<sup>3</sup>

Ўтган асрнинг 70 йилларида соҳага ихтисослашган аксарият етакчи олим ва тадқиқотчилар туризмга тизимлар назарияси нуқтаи назаридан таъриф бериш ҳамда туризм тизими таркибий элементларини аниқлашга диққат-эътибор қаратдилар. Бу ишларда замонавий туризм назариясининг ривожланишида учта таъриф юқори аҳамият касб этиб, туризм тизимининг турли қирраларини янада чуқур тадқиқ этилиши учун асос яратди.

---

<sup>1</sup> Productivity Commission. (2005). Assistance to tourism: Preliminary estimates. Canberra: Productivity Commission

<sup>2</sup> Getz, D. (1986). Models in tourism planning: towards integration of theory and practice. *Tourism management*, March, pp. 21-32.

<sup>3</sup> Janiskee, R.,L. & Mitchell, L.,S. (1989). Applied recreation geography. *The GeoJournal Library*, vol. 15, pp. 151-163.

Биринчи таъриф соҳанинг етук олими С.А.Ганнга тегишли бўлиб, унинг таъкидлашича, туризм тизими бир-бири билан узвий боғланган бешта мураккаб элемент: туристлар, диққатга сазовор ресурслар, транспорт, хизматлар иншоотлари ҳамда ахборот-йўналишидан иборат динамик тизимдир<sup>1</sup>. Ганнинг замондоши Нейл Лейпер мазкур таърифда йўл кўйилган иккита нуқсонга эътибор қаратиб: «Ганнинг таърифида аниқ кўрсатилган туризм саноати ҳамда беш элементнинг атроф-муҳит билан алоқадорлиги етишмайди» деб ёзади.<sup>2</sup>

Туризм тизимига берилган энг муҳим таърифлардан яна бири Н.Лейперга тегишли бўлиб, у бугунги кундаги тадқиқотларда назарий асос сифатида кенг фойдаланилмоқда. Лейпер, Ганндан фарқли ўлароқ, «рекреация географияси» тарафдорлари ишларига катта эътибор қаратгани натижа-сида туристлар, географик элементлар, саноат элементи ва кенг маънодаги муҳитдаги турли ўзаро таъсирлар туризм тизимининг муҳим қирралари, туристлар эса, ҳақли равишда, тизимнинг марказий элементи деган хулосага келади. Лейпер макон жиҳатдан, туризм тизимида учта элемент фарқ-ланишини кўрсатади:

1. Туризмнинг келиб чиқиш ёки манба ҳудуди, бошқача изоҳлаганда саёҳат бошланалиган ва якунланалиган манзил.

2. Туристтик дестинация<sup>3</sup> ҳудуди ёки мезбон ҳудуд, яъни туристлар муваққат қоладиган манзил.

3. Транзит ҳудуд, (1) ва (2) да келтирилган икки манзил-ни боғловчи йўналиш, маршрут.

Лейпер туризм саноати элементларига маркетинг, меҳ-монхона, транспорт, алоқа, тиббиёт, ресторанлар, аттрак-ционлар каби туристларнинг эҳтиёжлари ва талабларини қондиришга хизмат қилишга ихтисослашган, мулкый ва ҳуқуқий-ташкилий шакли турлича бўлган юридик ва жис-

---

<sup>1</sup> Gunn, C.A. (1979). Tourism Planning, Crane Russak, New York, USA.

<sup>2</sup> Leiper, N. (1979). The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. Annals of tourism research, 6, pp. 390–407.

<sup>3</sup> Дестинация – туристлар ташриф буюрувчи географик ҳудудни анг-латади.

моний шахсларни киритади. Тадқиқотчи буларнинг ривожланиш кўрсаткичларини туризмда «саноатлашув даражаси» деган тушунча билан ифодалаши, унинг туризм назариясига қўшган энг катта ҳиссаси дея эътироф этилган. Олим «XIX асрнинг ўрталаригача туристлар эҳтиёжини қондириш билан шуғулланадиган компания, фирма ва иншоотлар жуда камлиги боис, туризм нисбатан саноатлашмаган эди»<sup>1</sup> деб хулоса чиқарган.

XX асрда рўй берган ижтимоий, маданий ва технологик юксалиш таъсирида, замонавий туризмнинг саноатлашuvi даражаси ҳам ортиб, туризмда «қисман саноатлашув» жараёни рўй бераётгани қайд этилган ва «қисман саноатлашув» концепцияси амалий жиҳатдан асослаб берилган.<sup>2,3</sup>

Лейпер ўз тадқиқотларидаги ғояларни умумлаштириб, туризм тизимида «кишиларнинг бир кеча ёки ундан кўпроқ вақт мобайнида одатий резидентлик жойидан ташқарида ўз ихтиёри билан ҳамда меҳнат қилиш ниятида бўлмаган, муваққат қолишини қамраб олувчи тизимдир», дея таъриф беради.

Унинг ёзишича, туризм тизими туристлар, чиқиш ҳудуди, транзит маршрутлар, дестинация ҳудуди ва туризм саноати каби бешта элементдан иборат. Мазкур элементлар ҳудудий ва функционал алоқалар билан тартибга солинади. Бу ерда «ҳудуд» сўзининг маъноси давлат, давлатнинг маъмурий ҳудудлари (вилоят, шаҳар, туман, қишлоқ, овул) ва халқаро (Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги (МДХ), Европа иттифоқи (ЕИ), Шанхай Ҳамкорлиги Ташкилоти (ШХТ) ва қитъалар) миқёсдаги географик маконни англатади.

Туризм очиқ тизим бўлганлиги сабабли бу бешта элемент жисмоний, маданий, иқтисодий, сиёсий ва технологик муҳитлар доирасида фаолиятни амалга оширади. Ке-

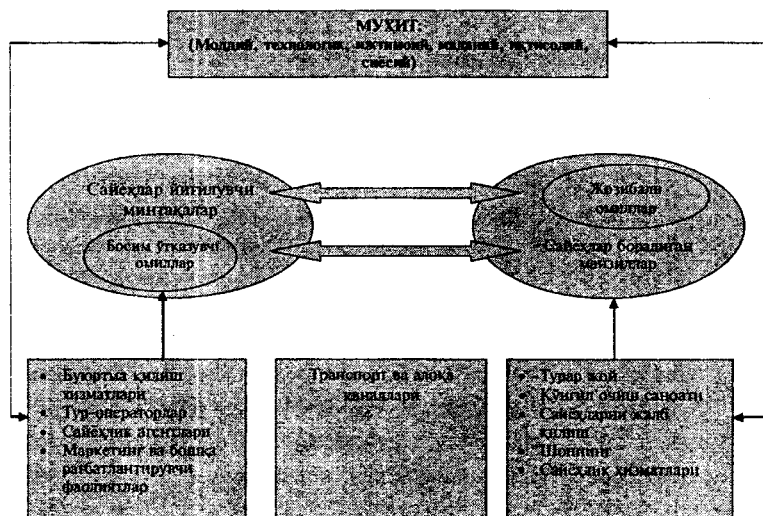
<sup>1</sup> Hall, C., M. & Page, S., J. (2010). The contribution of Neil Leiper to Tourism Studies. *Current Issues in Tourism*, 13(4), pp. 299-309.

<sup>2</sup> Firth, T. (2002). *Business strategies & tourism: An investigation to identify factors which influence marginal firms to move into or remain on the fringes of tourism industries*. Ph.D. thesis, Southern Cross University.

<sup>3</sup> Maior, A., S. (2005). *Business strategies and inter-firm cooperation in tourism*. Thesis, University of Technology, Sydney, unpublished.

йинчалик, Лейпер муҳитни ҳам туризм тизимининг олтинчи элементи сифатида кўрсатди (1.1.-расм).

Туризм тизимининг эътиборга молик учинчи шакли – таниқли тадқиқотчилардан Милл ва Моррисон таклиф қилган «туризм тизимидир»<sup>1, 2</sup>. Улар «туризм саноати мавжуд эмас, туризм тизими – бозор, маркетинг, талаб ва дестинациядан ташкил топган тўртта қисмдан иборат», деган хулосани олдинга сурадилар ва ўзларигача шаклланган қарашлардан фарқ қиладиган таъриф берадилар. Милл ва Моррисоннинг таърифида туризмда, энг аввало, истеъмолчининг хоҳиш ва эҳтиёжларига эътибор қаратиш лозимлиги ғояси асосий ўринни эгаллайди.



1.1.-расм. Лейпер моделининг чизмадаги кўриниши

Ушбу ғоя туризм тизими ва истеъмолчи ҳатти-ҳаракати назариясининг уйғунлашувига йўл очиши билан ҳам юқори

<sup>1</sup> Mill, R.,C. and Morrison, A.,M. (1985). The Tourism System. Prentice-Hall, Eaglewood. NJ, USA.

<sup>2</sup> Mill, R.,C. and Morrison, A.,M. (2009).The Tourism System. Chapter 1: An overview of the Tourism System. Dabuke, Kendall Hunt, pp.1–7.

назарий аҳамиятга эгадир. Бу икки олим қарийб 25 йилдан сўнг ҳам ўзларининг қарашларида саботли туриб, туризм тизимига такомиллашган таърифни ўз ичига олган асарларини яна бир чоп этишди. Такومиллашган таърифга асосан, туризм тизими – дестинация, талаб, маркетинг стратегиясининг режалаштирилиши ва турист хулқ-атворидан ташкил топган. Ушбу ёндашув С.Купер ва С.М Халл<sup>1</sup>, А. Холден<sup>2</sup> ва бошқаларнинг ишларида ҳам ўз ифодасини топган.

Ноттингем университети (Буюк Британия) тадқиқотчиси С. Купернинг фикрича, муайян дестинациянинг муваффақияти, нафақат, туризм тизимидаги маҳсулот ва хизматлар, балки бутун тизимнинг жозибадорлигини оширади. Дестинациянинг туристлар онгида мустаҳкамланиши, яъни ижобий имидж ҳосил қилиши – мамлакат туризм тизимининг ривожланишига боғлиқ. Ўз навбатида, туризм тизими ҳамда мамлакатнинг маданий-тарихий хусусиятлари дестинациянинг ноёб жозибадорлигини оширади. Шу ўринда, америкалик тадқиқотчи Холден, туризм тизимини унинг минтақадан тортиб дестинациягача бўлган оралигида маҳсулот ва хизматларнинг бири бири билан узвий боғланган ҳолда қамраб олинишини ўргимчак тўрига қиёслайди. Бунда бирор бир маҳсулот, хизмат ёки ташқи омил (масалан, қонунчиликдаги ўзгаришлар) ўзгариши бутун тизимнинг ўзгаришига сабаб бўлиши мумкин.

Ҳақиқатан, мамлакатимизнинг етук тадқиқотчи-олимларидан А.Ф. Саидовнинг таъкидлашича, ўтиш иқтисодиёти давридаги туризм тизимида мустабид тузум элементлари билан бозор элементларининг бир вақтда ва бир-бирига узвий алоқадорликда фаолият кўрсатиши туризм соҳасидаги вазифаларни мураккаблаштиради.<sup>3</sup> Ушбу фикр собиқ со-

<sup>1</sup> Cooper, C. and Hall, C.M. (2008). Contemporary tourism: An international Approach. Chapter 1. The Tourism system: Holland: Butterworth-Heinemann, pp. 6-13.

<sup>2</sup> Holden, A. (2006). Tourism Studies and the Social Sciences, Chapter 1. Thinking tourism as a system, Devon: Florence, pp.11-14.

<sup>3</sup> Саидов А.Ф. Организационно-экономические основы развития и управления туризмом: дис. д-ро экон. наук: 05.03.10/ Саидов А. Фарзатхуллаевич. – Ташкент, 1995. –270 с.

циалистик давлатларда туризм соҳаси равнақи йўлидаги муаммоларнинг ўхшаш бўлганлигини асослаб беради.

Умумий тарзда, ҳар бир давлатнинг замонавий туризм тизими ўз ичига туристлар ва уларнинг хулқ-атвори, туризм минтақаси ва ўзаро узвий алоқадорликдаги ташкилот ва корхоналарни, дестинациянинг ижтимоий-иқтисодий ва табиий хусусиятлари билан биргаликда туризм соҳасига хизмат қилувчи барча тармоқларни қамраб олади. Ишлаб чиқарувчилар гуруҳига туроператорлар, тақсимотчи сайёҳлик агентликлари, банклар, дестинацияларнинг тақдими ва маркетинги билан шуғулланувчи ташкилотлар киради. Мамлакатларнинг туризм тизимидаги ўзига хос хусусиятлари – халқаро туризм бозоридаги муваффақият даражасини белгилаб беради.

Туризм тизимида туристларнинг мамлакат учун иқтисодий самарасини аниқлашда ҳамда уларни халқаро мезонлар асосида ҳисобга олиш мақсадида барча турдаги сайёҳлар *ташириф буюрувчилар* деб юритилади.

БМТнинг Бутунжаҳон туризм ташкилоти (кейинги ўринларда ЮНВТО) «*ташириф буюрувчи*»ларни доимий истиқомат жойидан бошқа манзилга меҳнат қилиш ниятидан ташқари турли мақсадлар (хизмат сафари, ҳордиқ ёки бошқа шахсий муддао) билан бир йилдан кам муддатга борган сайёҳлар деб таърифлайди, уларнинг саёҳатларини эса туризм саёҳатлари деб юритади<sup>2</sup>.

Ташриф буюрувчилар оқими йўналишига қараб (*1.1.- жадвал*) туризмнинг учта асосий шаклини аниқлаш мумкин:

1. Маҳаллий туризм: муайян мамлакат резидентларининг давлат ҳудуди бўйлаб саёҳат фаолияти.
2. Кириш туризми: муайян ҳудудда норезидентларнинг саёҳат фаолияти.
3. Чиқиш туризми: резидентларнинг мамлакат ташқарисига саёҳат фаолияти.

---

<sup>2</sup> UNWTO (2010). International Recommendations for Tourism Statistics-2008.ST/ESA/STAT/SER.M/83/Rev.1



## Туризм оқимлари жадвали

|                                | Худуд ичидаги бошланғич нуқта | Худуддан ташқаридаги нуқта |
|--------------------------------|-------------------------------|----------------------------|
| Худуд ичидаги дестинация       | Маҳаллий туризм               | Кириш туризми              |
| Худуд ташқарисидаги дестинация | Чиқиш туризми                 |                            |

Туризмнинг юқорида келтирилган уч асосий шаклидан ички туризм, миллий туризм ва халқаро туризм сингари турлари келиб чиқади:

**1. Ички туризм** – маҳаллий ва кириш туризмини қамраб олиб, мамлакат ичидаги резидент ҳамда норезидент сайёҳларнинг фаолиятини назарда тутади;

**2. Миллий туризм** – маҳаллий ҳамда чиқиш туризмини ўз ичига олиб, мамлакат резидентларининг туристик фаолиятини қамраб олади;

**3. Халқаро туризм** – кириш ва чиқиш туризми тўплами бўлиб, резидентларнинг мамлакат ташқарисидаги ёки норезидентларнинг мамлакат ичидаги фаолиятини ўз ичига олади.

Туризмнинг иккинчи хил туркуми ташриф буюрувчилар саёҳатининг асосий мақсадига кўра туризм турларидан таркиб топиб, улар шахсий ва хизмат сафарларига ажратилади. Шахсий мақсадли сафарларга таътил, ҳордиқ чиқариш, таълим, саломатлик, диний зиёрат, транзит, савдо туризмларини мисол қилиш мумкин.

Туризмни ташриф буюрувчилар хусусиятларига асосан ҳам туркумлаш мумкин. Халқаро стандартларга асосан ташриф буюрувчилар икки тоифага ажратилади: тунаб қолувчи (24 соатдан ортиқ қолувчи) ташриф буюрувчи – турист деб юритилса, бир кунлик (24 соатдан кам қолувчи) саёҳатга чиққан ташриф буюрувчи – экскурсионист дейилади. Ўз навбатида, туристлар резидент-

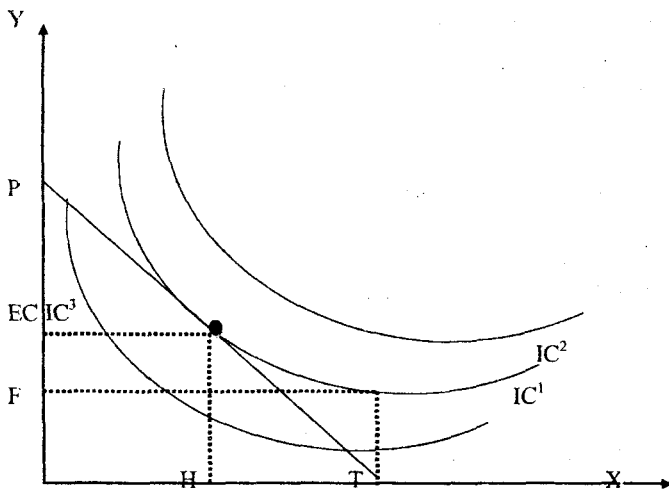
лик мақомига кўра маҳаллий ва хорижий туристларга бўлинади<sup>1</sup>.

Бундан ташқари, ташриф буюрувчиларни ижтимоий-иқтисодий (ёш, жинс, таълим даражаси, иш билан бандлик, фаолият тури, саёҳатнинг таркиби, ташкил этилиши), саёҳат хусусиятлари (саёҳат амалга ошувчи йил фасли, дестинациягача масофа ёки узоқлик даражаси, фойдаланиладиган транспорт турлари), харажатлар тури (транспорт, овқатланиш, совғалар хариди, чипта ёки кириш тўловлари) ва турар-жой турлари (меҳмонхона, мотель, пансионат, оромгоҳ, хона ижараси ёки дўстлар/қариндошларникида қолиш) каби хусусиятларига қараб туркумлашнинг бошқа усуллари ҳам мавжуд.

Юқорида таъкидланганидек, туризм тизимида ташриф буюрувчининг хулқи-атвори бозордаги талаб ва таклифни белгилашда муҳим роль уйнайди. Шу сабабли, туризм талабини ўрганишда, энг аввало, истеъмолчи хулқи назариясига таянилади. Ушбу назарияда муайян маҳсулотга талаб глобал тизимнинг бир бўлаги сифатида қаралади ва истеъмолчи ўз қониқишини максималлаштиришга интилувчи рационал шахс ҳисобланади. Истеъмолчилар ўзларининг ихтиёридаги танловлар тўплами ичидан хоҳишларини нафтлиқ даражаси бўйича кетма-кет тартиблаштиради ҳамда маҳсулот ва хизматларнинг энг юқори даражада қониқиш келтирувчи оптимал комбинациясини танлайди. Инглиз олимлари Хикс ва Леонтьевнинг жамланма товар теоремасига (composite commodity theorem) кўра, бир тўплагга тегишли товарларнинг нисбий нархи ўзгармас сонга тенг бўлса, бу товарлар тўплагига битта товар сифатида қараш мумкин. Бошқача қилиб айтганда, турли товарларни баҳо параллель ҳаракатланадиган тўплагларга бирлаштириш мумкин. Хикс-Леонтьевнинг жамланма товар теоремаси ҳамда рационал танлов фаразларига асосланиб, барча маҳсулот ва

<sup>1</sup>UNSD, EUROSTAT, OECD and UNWTO. (2008). 2008 Tourism Satellite Account Recommended Methodological Framework (TSA: RMF 2008). Statistical Commission, Thirty-ninth session, 26-29 February.

хизматларни, шартли равишда, туризм маҳсулотлари ( $Y$ ) ва туризмга оид бўлмаган маҳсулотларга ( $X$ ) бўламиз. Мана шу икки гуруҳ товар истеъмол қилинганда, бир хил наф олинган нукталар тўплами бeфaрқлик чизикларини ҳосил қилади. Қуйидаги 1.2.-расмда  $IC_1$ ,  $IC_2$  ва  $IC_3$  бeфaрқлик эгри чизиклари келтирилган.



1.2.-расм. Истеъмолчининг бeфaрқлик чизиклари

Бу чизиклар ўнг тарафга, юқорига силжиши билан нафлилик даражаси ортиб боради, яъни  $IC_2$  эгри чизикнинг нафлилиги  $IC_1$  га,  $IC_3$  ники эса  $IC_1$  ва  $IC_2$  чизикларга нисбатан баланд бўлади.

Маълумки, истеъмолчининг бeфaрқлик эгри чизиклари унинг бюджет чизиги (бюджет чекланганлиги) билан чега-раланган бўлади (1.2.-расм). Бюджет чизиги муайян даврда истеъмолчининг ихтиёридаги даромадига сотиб олиш мумкин бўлган товарлар ва хизматлар комбинацияларини кўрсатади.

Туризм маҳсулотлари ва хизматлари нафлилик даражаси турличалиги ҳамда истеъмолчилар ўз бюджет чизиклари доирасида ҳаракатланишини ҳисобга олиб, туризм бюджетини

тузиш кўп босқичли жараён дейиш мумкин<sup>1</sup>. Ана шундай хулосаларни эътиборга олган тадқиқотчилар, туризм маҳсулоти ва хизматлари баҳосининг ўзгариши истеъмолчининг бюджет чизигига бевосита таъсир қилади деган фикрга келади<sup>2</sup>. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, бефарқлик эгри чизигининг бюджет чизигига уриниб ўтган нуқтасида нафлиликнинг энг юқори даражасига эришилади. Бу эса бефарқлик чизиги истеъмолчининг истеъмол қарорини амалга оширишда бирламчи аҳамиятга эга деган маънони англатади<sup>3</sup>.

Демак, истеъмолчининг даромади туризм талабини белгиловчи энг муҳим омил ҳисобланади<sup>4</sup>. Туризмда ҳар доим сифати юқорироқ бўлган дестинациялар мавжуд бўлгани боис, истеъмолчи дестинациялар нафлилиги ва баҳоларини қийёслаш орқали ўз даромадига мос ва қониқиш даражасини оптималлаштирувчи вариантни танлайди.

Назарий жиҳатдан қараганда, дестинациянинг туристик маҳсулоти ва хизматлари баҳоси рақобатчиларникидан паст бўлиши лозим. Бундай хулоса Давид Рикардонинг «*Нисбий устунлик назарияси*» тарафдорлари томонидан шубҳасиз, қўллаб қувватланади. Ҳақиқатан ҳам, мамлакатлар орасидаги транспорт ва яшаш харажатларини таққослаш халқаро туризм истеъмолчилари қарорига жиддий таъсир кўрсатади.

Бироқ, турли туристик маҳсулотларни қийёслашнинг мураккаблиги ва улар ўхшаш тарзда такрорланмаслиги сабабли, баъзи мамлакатларнинг халқаро туризмга ихтисослашувчи Адам Смитнинг «*Мутлақ устунлик назарияси*» билан асосланиб, «ноёб туристик ресурсларга эгалиги туфайли

---

<sup>1</sup> Song, H., & Witt, S., F. (2011). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*. Taylor & Francis.

<sup>2</sup> Mankiw, G., N., & Taylor, M., P. (2006). *Economics*. London, UK: Thomson Learning.

<sup>3</sup> Chigora, F. (2015). Indifference Curve Supremacy in Tourism Consumption Behaviour: Case of Zimbabwe. *Destination. Case Studies in Business and Management*, 2 (2), pp. 22-35.

<sup>4</sup> Muchapondwa, E., & Pimhidzai, O. (2011). Modelling International Tourism Demand for Zimbabwe. *International Journal of Business and Social Science* 2(2), pp. 71-81.

содир бўлади» деб таъкидланади<sup>1</sup>. Бундай дестинацияларда баҳо эластиклиги нисбатан паст бўлади. Зеро, Миср эҳромлари, Ниагара шаршараси, Эйфель минораси, Тожмаҳал, Самарқанд Регистони каби бутун дунё халқлари эътироф этган ноёб туристик ресурслардан баҳра олишни истовчи туристлар қарориди баҳо муҳим омил бўлса-да, бирламчи ролга эга эмас.

Туризм талаби омилларини аниқлаш борасида, Хекшер ва Олиннинг «*Омиллар нисбати назарияси*»<sup>2</sup> ҳамда «*Линдер назарияси*»нинг ҳам аҳамияти юқори бўлганини эътироф этиш лозим<sup>3</sup>. «Линдер назарияси», «даромад ўхшашлиги модели» ёки «талаб назарияси» номлари билан танилган мазкур гипотезага кўра, давлатларда жон бошига тўғри келадиган даромад ва талаб таркиби қанчалик ўхшаш бўлса, улар орасидаги савдо оқими шунчалик катта бўлади<sup>4</sup>. Чиндан ҳам, товар ва хизматларни айирбошлаш асосан талаб таркиби ўхшаш бўлган мамлакатлар орасида рўй беради. Масалан, Европада асосий туристик айирбошлаш қўшни давлатлар орасида юзага келади<sup>5</sup>, бу уларнинг диди ва хоҳиш-истаклари бир-бирига яқинлиги билан тушунтирилади.

Ушбу назарий ёндашув мамлакатнинг халқаро ихтисослашуви ички талабга юқори даражада боғлиқ деб ҳисоблайди. Мамлакат ички бозордаги талабни аниқлаган ҳолда янги маҳсулот таклиф этади ва ўзига ўхшаш бозорларга мурожаат қилади. Ички туризмга бўлган юқори талаб халқаро туризм ривожланиши учун қулай муҳит яратади, натижада қўшимча меҳмонхона жойлари ва транспорт тизими барпо этилади.

---

<sup>1</sup> Goeldner, C, R, Brent Ritchie R.(2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 11th edition, John Wiley & Sons, Inc

<sup>2</sup> Divisekera, S. (2003). A model of demand for international tourism. *Annals of tourism research*, 30(1), pp.31-49.

<sup>3</sup> Keum, K. (2010). Tourism flows and trade theory: a panel data analysis with the gravity model. *Ann Reg Sci*, 44, pp. 541-557.

<sup>4</sup> Linder S. (1961). *An essay on trade and transformation*. Almqvist & Wiksells, Stockholm.

<sup>5</sup> Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. - 208 с.

Бундай тadbирлар нафақат халқаро туризм асосларини, балки, унинг интензивлигини ҳам асослаб беришга қодир.

Ички туризм ҳажми йирик ва таркиби ўхшаш бўлган давлатлар орасида айирбошлаш одатда, катта бўлади. Масалан, Европа, Шимолий Америка ва Жануби-Ғарбий Осиёда жойлашган юқори харид қобилиятига эга мамлакатлар орасида туристик айирбошлаш ҳажми юқори ва мунтазам ўсиб бормоқда. Демак, Хекшер-Олин назарияси ривожланган ва ривожланаётган давлатлар орасида савдо оқими катта бўлади деган ғояни илгари сурса, Линдер назарияси ривожланган давлатлар орасидаги савдо оқими каттароқ бўлади деб ҳисоблайди. Бугунги кунда, ривожланаётган давлатлардан ривожланган давлатларга ҳам савдо оқимлари мунтазам ўсиб бормоқда.

Шундай қилиб, туризмда тизимлар назарияси ва истезмолчи хулқи назариясининг тadbиқ этилиши билан туризм ривожланишини белгиловчи кўплаб омиллар аниқланди. Энг кўп фойдаланиладиган умумий детерминантларга<sup>1</sup> – туристнинг чиқиш давлати даромади, дестинациядаги нарх ва муқобил дестинациялардаги баҳолар даражаси киради<sup>2</sup>. Булардан ташқари, Халқаро валюта фондининг ривожланаётган давлатлар бўйича мутахассиси А. Кулиук ўз тadbқиқотида аҳоли омили (дунё аҳолисининг ўсиши, ёш таркиби, урбанизациялашуви), таълим даражасининг ошиши, бўш вақт (меҳнат ва ўқув таътиллари, пенсиядаги давр), технологик тараққиёт, оммавий ахборот воситаларининг ривожланиши, туристик очиқлик (виза режимларининг соддадаштирилиши) каби омилларнинг туризм оқимларига таъсири даражасини баҳолаган ва эътиборга лойиқ хулосаларни илгари сурган<sup>3</sup>.

Туризм тизимининг тadbқиқотчилар эътиборини ўзига тортиб келувчи яна бир муҳим хусусияти – мавсумийлик-

---

<sup>1</sup> Детерминант – аниқловчи, ҳал этувчи омил.

<sup>2</sup> Song, H., & Witt, S. F. (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*. Oxford: Pergamon.

<sup>3</sup> Culiuc, A. (2014). *Determinants of International Tourism*. IMF Working Papers No.14/82.

дир<sup>1</sup>. Туризм талабидаги мавсумийликни миқдоран ўлчаш катта амалий аҳамият касб этади<sup>2</sup>. Туризм талаби ва таклифига мавсумийлик таъсирининг турли ҳолатлари 1.3.-расмда яққол кўринади. Расмнинг *a* ҳолатида муайян дестинация учун йиллик талаб даражаси кўрсатилган, дейлик. Расмдаги *b*, *в*, *г* ҳолатларда таклиф ҳажмининг уч хил миқдори тасвирланган. 1.3. (*б*)-расмда талаб энг юқори бўлган мавсумда ҳам қондириладиган таклиф ҳажми кўрсатилган. Бироқ, бундай вазиятда талаб ҳажми пасайиши билан кечадиган қуйи мавсумларда бандлик ва самарадорлик даражаси ҳам пасайиб кетади.



<sup>1</sup> Мавсумийлик – турли мавсумларда туризм хизматларига бўлган талаб ҳажмининг кескин ўзгариши.

<sup>2</sup> Koenig, N. & Bischoff, E.E. (2005). Seasonality: The State of The Art. International Journal of Tourism Research, 7, pp. 201-219.



1.3.-расм. Туризм талаби ва таклифига мавсумийликнинг таъсири

Аксинча, таклиф 1.3.(в)-расмдаги каби паст даражада бўлса, таъминланмаган талаб ва паст қониқиш туфайли мазкур туристик манзил келажакда ривожланишдан тўхтайди. Шунинг учун, таклиф ҳажми талабнинг қуйи ва юқори мавсумлари орасида жойлашиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади (1.3.(г)-расм).

Мавсумийлик даражасини камайтириш учун туристик маҳсулот диверсификацияси, баҳо дифференциацияси, бозор диверсификацияси ёки давлат томондан рағбатлантириш стратегияларидан фойдаланиш тавсия этилади. Биринчи стратегияда юқори мавсум давридаги диққатга сазовор ресурслар қуйи мавсумда талабни шакллантирадиган бошқа жалб этувчи объектлар билан тўлдирилиши лозим. Шунда, юқори мавсум узайтирилади. Туристик маҳсулот диверси-



фикацияси стратегиясига мисол қилиб, қуйи мавсумда фестиваллар, махсус байрамлар, спорт мусобақаларини ташкил этиш каби тадбирларни кўрсатиш мумкин.

Баҳо дифференцияси эса, аксинча, қуйи мавсум учун янги бозорлар яратади, бу даврда нархлар юқори мавсумдига нисбатан бир неча баробар кам белгиланади. Бу вақтда транспорт нархлари учун ҳам чегирмалар берилиши талабни ўсишига олиб келишига гувоҳ бўлиш мумкин. Бундай ҳолларда, туризм хизматлари диверсификациясини кучайтириш ҳам энг самарали ечимлардан бўлиб хизмат қилади.

Бозор диверсификацияси стратегияси танланган ҳолларда турли мавсумларда маркетинг кампанияларини уюштириш билан турли бозор сегментларига мурожаат қилинади. Давлат томонидан рағбатлантириш стратегиясида аҳолини дам олиш кунларини узайтириш, меҳнат бозорини кенгайтириш ва эгилувчанлигини оширишга йўналтирилган чоратадбирлар, давлат томонидан соҳа ривожига молиявий ва солиқ имтиёзларини бериш, бизнес муҳитини яхшилаш ва инфратузилмани такомиллаштириш каби воситалардан фойдаланилади.

## **1.2. Туризм барқарор ривожланишининг концептуал асослари**

Туризмда барқарорлик концепциясининг илк асослари Форрестернинг «Ўсиш мунозаралари» асаридан<sup>1</sup> ҳам олдинроқ пайдо бўлганини эътироф этиш ўринли. Фикримизни 1965 йилда атроф-муҳитга етказиладиган салбий оқибати кам саналган экотуризм тушунчасининг пайдо бўлиши ва фанга киритилиши ҳам тасдиқлайди. Ундан ташқари, 1972 йил 16 ноябрда Парижда имзоланган Жаҳон маданий ва табиий меросини ҳимоя қилишга тегишли Конвенция ҳам туризмда барқарор ривожланиш тамойиллари қуртак ёза бошлаганини кўрсатади.

БМТ Бош Ассамблеяси раҳнамолигида 1987 йилда ташкил этилган Жаҳон атроф-муҳит ва тараққиёт кенгашининг

(WCED) «Брутланд маърузаси»да барқарор ривожланиш концепциясининг расман тан олинishi<sup>1</sup> ҳамда 1992 йилда ўтказилган Рио саммитида барқарор ривожланишнинг жаҳон миқёсидаги институционал асослари барпо этилиши<sup>2</sup> билан туризм барқарор ривожланишини таъминлаш учун ЮНВТО ва бошқа нуфузли халқаро ва миллий ташкилотлар иштирокида услубий тавсиялар ишлаб чиқишига эътибор кучайди.

1990 йилларнинг бошларидан, туризм ривожланишининг ижобий томонлари билан бир қаторда салбий оқибатларига эътибор қаратган олимлар барқарор туризм тушунчасини расман қўллаш бошладилар<sup>3, 4, 5</sup>. 1993 йилда халқаро «Барқарор туризм журнали»нинг таъсис этилиши, ушбу концепциянинг кейинги ривожидан яна бир муҳим қадам бўлди.

Туризм барқарор ривожланишини таъминлашга йўналтирилган илк расмий ҳужжат сифатида Швейцария ҳукумати томонидан 1979 йилда қабул қилинган «Туризмни ривожлантириш концепцияси»ни келтириш мумкин<sup>6</sup>. Бу «тарихий» ҳужжат Швейцария давлати туризм сиёсатини ижтимоий, иқтисодий ва атроф-муҳитга алоқадор жиҳатларини қамраб олиб, узоқ йиллар давомида мамлакатнинг туризм соҳасини жадал ривожлантиришда, туризм рақобатбардошлик рейтингларида юқори ўринларни эгаллаб келишида муҳим роль ўйнамоқда.

---

<sup>1</sup> World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press, Oxford, UK.

<sup>2</sup> United Nations (1992): *Earth Summit: Agenda 21; Rio Declaration; Statement of Forest Principles: The final text of agreements negotiated by Governments at the United Nations Conference on Environment and Development (UNCED)*, 3-14 June 1992, Rio de Janeiro, Brazil.

<sup>3</sup> Pigram, J.,J. (1990). Sustainable tourism: Policy considerations. *Journal of tourism studies*, 1 (2), pp. 2-9.

<sup>4</sup> Inskip, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.

<sup>5</sup> Dearden, P. (1991). *Tourism and sustainable development in northern Thailand*. *Geographical Review*, 81, pp. 400-413.

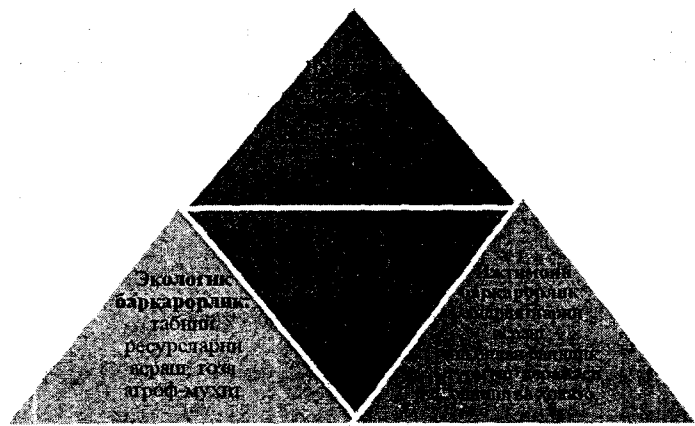
<sup>6</sup> Advisory Commission for Tourism (Beratende Kommission für Fremdenverkehr des Bundesrates)(1979). *Das schweizerische Tourismuskonzept, Grundlagen für die die Tourismuspolitik*, Bern.

Барқарорлик тамойиллари ва услубий кўрсатмаларнинг такомиллашуви таъсирида 1999–2002 йилларда туризмни ривожлантириш миллий дастурлари ишлаб чиқирилишида янги давр бошланди. Эритрея (1999), Ботсвана (2000), Малави (2000), Уганда (2001) ва Танзания Бирлашган Республикалари (2002) ўз туристик ресурсларидан самарали фойдаланишни фаоллаштириш, аҳоли орасида кам таъминланганликни қисқартириш, жаҳон туризм бозорига ўзининг муносиб ўрнини топиш мақсадида узоқ муддатга мўлжалланган туризмни ривожлантириш миллий дастурларини ишлаб чиқириш ва қабул қилиришди. Мазкур дастурларнинг юқори самарадорлигига амин бўлган Африканинг Мозамбик, Жанубий Африка Республикаси каби давлатлари ҳам кейинчалик ўз миллий дастурларини яратиришди.

Эътиборлиси шундаки, 2005 йилдан сўнг Корея (2006), Туркия (2007), Финландия (2008), Австрия (2010), Қатар (2010), Швеция (2011), Испания (2011), Канада (2011), АҚШ (2012) каби ривожланган давлатлар ҳам ушбу тажрибани кенг қўллаи бошлади. Стратегик режалаштиришнинг равнақидан ижобий хулоса чиқарган Хитой, Бразилия, Ҳиндистон, Вьетнам, Шри Ланка, Албания, Россия Федерацияси, Қозоғистон, Грузия ва Ўзбекистон каби ривожланаётган давлатлар ҳам шу йўналишга астойдил кириридилар. Шундай қилиб, бугунги кунгача туризмни барқарор ривожлантиришнинг 70 дан ортиқ бош режалари ёки дастурлари, 30 дан ортиқ туризм маркетинг стратегиялари ишлаб чиқилди. БМТ томонидан 2017 йили Тараққиёт учун Халқаро Барқарор туризм йилда (International Year of Sustainable Tourism for Development) деб эълон қилиниши, барқарор туризм концепциясининг нечоғлик муҳим эканлигини яна бир қарра исботлайди.

ЮНВТО туризм барқарор ривожланишига таъриф берар экан: «Бугунги турист ва мезбон ҳудудлар эҳтиёжларини қондириш билан бир вақтда келажак учун имкониятларни асрайди ва оширади. У барча ресурслардан иқтисодий, ижтимоий ва эстетик эҳтиёжларни қондиришни шундай бошқарадики, бунда миллий ўзлик, муҳим экологик жараён-

лар, биологик хилма-хиллик ва ҳаётни қўллаб-қувватловчи тизимлар ҳимояси таъминланган бўлади», дея таъкидлайди<sup>1</sup>. Барқарор туризм бир вақтнинг ўзида экологик, ижтимоий ҳамда иқтисодий барқарорлик талабларига жавоб бериши шарт<sup>2</sup> деган хулосага келади. Шундай қилиб, туризм барқарор ривожланишини режалаштириш иқтисодий, ижтимоий ва экологик динамика билан интеграциялашуви лозим (1.4.-расм).



1.4.-расм. Туризмнинг барқарор ривожланиши концепцияси.<sup>3</sup>

Барқарор туризм узлуксизлик, сифат ва мувозанатдан ташкил топган уч элементни бирлаштиради<sup>4</sup>. Узлуксизлик табиий ресурслар, маданият ва миллий анъаналарнинг доимийлиги, сифат — атроф-муҳитга эътибор, мувозанат эса талаб ва таклиф мутаносиблигида акс этади. Иқтисодий ва

<sup>1</sup> UNEP and UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, pp.11-12

<sup>2</sup> Emmelin, L. (2006). Sustainable tourism development in the Baltic sea region: Overview of existing tools and methods for integrating sustainable tourism development with spatial planning at local and regional level. AGORA. The European Tourism Research Institute (ETOUR) toolbox.

<sup>3</sup> Муаллиф ишланмаси.

<sup>4</sup> Bulin, D. & Calaretu, B. (2011). Sustainable development through sustainable tourism - a conceptual note. Calitatea: acces la success. Vol. 2.

ижтимоий барқарорлик кўрсаткичлари барча мавсумларда барқарор иш билан бандлик, туризмнинг маҳаллий ва республика иқтисодиётидаги ҳиссаси, маҳаллий маданият ва турмуш тарзини қўллаб-қувватлашида акс этади. Туризмнинг экологияга салбий таъсирини минималлаштириш ҳамда ижтимоий ва иқтисодий манфаатларини ошириш барқарорлик кўламини оширади<sup>1</sup>.

Туризм барқарор ривожланиши концепциясининг турли таърифлари ва хусусиятларини эътиборга олиб, туризм барқарор ривожланиши — давлат, жамият ва хусусий сектор ҳамкорлиги асосида туризм талаби ва таклифи мувозанатини иқтисодий, ижтимоий ва атроф-муҳит ривожланишига зарар етказмасдан, ҳамоҳанг тарзда давом этишини таъминлашдир, деб хулоса қилиш мумкин.

Юқоридаги бўлимда келтирилганидек, туристик дестинация миқёсида рўй бераётган жараёнлар, уларни ҳаракатлантирувчи омиллар ва тенденцияларни ўрганиш учун тизимли ёндашувлар қўлланилади<sup>2,3</sup>. Туризм ривожланишининг умумий табиатини ўрганиш учун эса тараққиётнинг эволюцион моделларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Узоқ вақтлар давомида туризм бозоридаги ўзгаришлар туризм бозорининг табиати ва туристлар мотивациясининг ўзгариши туфайли содир бўлади<sup>4</sup> деб ҳисоблаган олимларнинг диққат марказида туристлар хоҳиш-истакларини ўрганиш ва миқдорининг ўсиши масаласи кўндаланг бўлиб тураверди. Туризмнинг атроф-муҳитга ва туристларни қабул

---

<sup>1</sup> Emmelin, L. (2006). Sustainable tourism development in the Baltic sea region: Overview of existing tools and methods for integrating sustainable tourism development with spatial planning at local and regional level. AGORA. The European Tourism Research Institute (ETOUR) toolbox

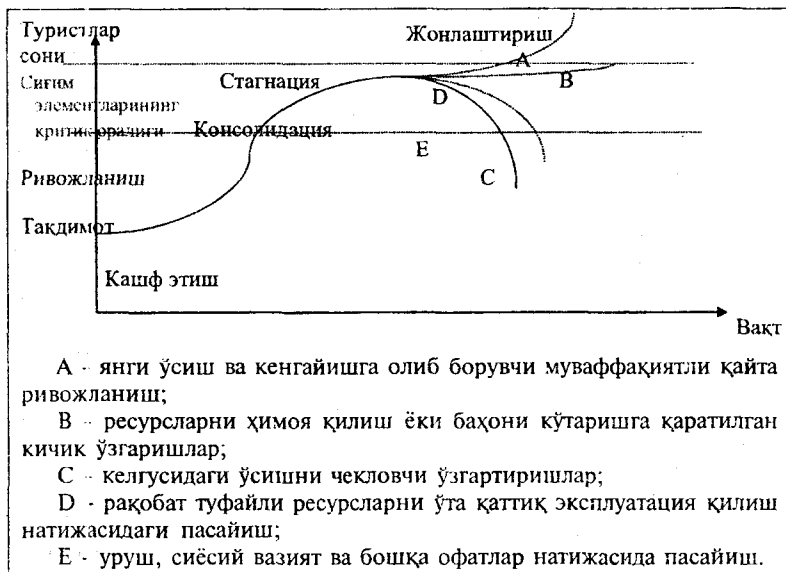
<sup>2</sup> Coenen, L., Truffer, B. (2012). Places and Spaces of Sustainability Transitions: Geographical Contributions to an Emerging Research and Policy Field. European Planning Studies, Vol. 20, No 3, pp.367-374.

<sup>3</sup> Newsome, D., Moore, S., Dowling, R. (2001), Natural area tourism: ecology, impacts and management, Bristol, Channel view publications.

<sup>4</sup> Streimikiene, D., Bilan, Y. (2015), «Review of Rural Tourism Development Theories», Transformations in Business & Economics, Vol. 14; No 2 (35), pp.21-34.

қилувчи мезбон жамият ҳаётига таъсир кўрсатиши эҳтимоли эътибордан четда қолди. Туризм ривожланиши ҳудудий ва жамоавий «бустеризм»; иқтисодий манфаатларни максималлаштириш; ердан фойдаланиш ёки ҳудудий жойлашув каби эволюция даврларини бошдан кечирди.

Туризм ривожланишининг айнан шу даврларга хос концептуал қарашлари Батлер, Миоссек, Турнер, Лопс ва Маррки каби ғарб олимларнинг ишларида кузатилади. Туризм ривожланиши табиатини тадқиқ этиш ва эволюциясини даврлаштиришнинг чуқур илмий-назарий асослари шаклланишида Р.В.Батлернинг «Туристтик дестинация ҳаёт цикли модели»<sup>1</sup> алоҳида ўрин эгаллашини қайд этиш лозим. «Туристтик дестинация ҳаёт цикли» моделида, Батлер ихтиёрий бир ҳудуд бир неча босқичдан сўнг маълум омиллар таъсирида туристик дестинацияга айланишини изоҳлаб беради.



**1.5.-расм. «Туристтик дестинация ҳаёт цикли» модели**

<sup>1</sup> Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of Resources. Canadian Geographer, 24, pp.5-12.

Ушбу моделга биноан, ихтиёрий дестинация кашф этиш, тақдимот, ривожланиш, консолидация ва стагнация босқичларини бошдан кечиради. Ривожланиш босқичидан бошлаб дестинацияда ижтимоий ва иқтисодий муаммолар юзага кела бошлайди. Ушбу моделнинг асосий ғояси шуки, оқилона режалаштириш ва ўринли соғломлаштириш ҳаракатлари курортлар ва туризм инфратузилмасини муваффақиятсизликдан асрайди ва барқарорлигини таъминлайди.

Миоссек, шу ўринда, Батлер моделидаги «курорт», «транспорт», «турист хулқи» билан туризм ривожланиши учун «жозибатор жой» каби тўртта муҳим элементни алоҳида ўрганиб чиқди ҳамда бу элементлар мустақил ривожланади ва умумий натижа беради деган хулосага келди<sup>1</sup>. Унинг фикрича, туризм ривожланиши оддий курортдан бошлаб мукаммал ихтисослашув босқичларини қамраб олувчи бешта даврда амалга ошади.

Туризм ривожланиши нафақат моддий ўзгаришлар, балки турист хулқига оид психологик ҳолатга ҳам боғлиқ эканлигини, туристлар эҳтиёжи ва истагига жавобан киритилган хизматлар натижасида ўзгаришлар рўй беришини асослаб берганлиги учун Миоссек туризм назариясига алоҳида ҳиссаси қўшган тадқиқотчи сифатида эътироф этилади.

Туризм ривожланишини даврлаштиришда Турнер томондан таклиф қилинган яна бир муҳим ёндашув ҳудудда туризм ривожланишини уч босқичга ажратади.

*Биринчи босқичда* туризм ривожланиши учун муносиб жой танланади.

*Иккинчи босқичда* танланган жойда туризм жадал ривожланади.

*Учинчи босқичда* туризм сўниши рўй беради.

Дастлаб туризм жуда секин ривожланади. Муносиб жой танланиб оммавийлаштирилгач, туристлар бу ҳудудни эгаллашни бошлайди, маҳаллий аҳоли эса зарур инфратузилма ва хизматларни барпо этади. Турнернинг қарашлари ердан

---

<sup>1</sup> Butler, R. & Miossec, J. (1993). Strategic investment decisions: theory, practice and process. London, New York.

фойдаланиш ва ҳудудий жойлашув ёндашувига мувофиқ келади. Ундан мутлақ янги шаклланаётган туристик дестинация учун фойдаланишга, айниқса, ҳудуддаги моддий ўзгаришларга урғу беради<sup>1</sup>.

Ўз навбатида, Лоп ва Мареки туризм ривожланиши жараёнини соддалаштирилган ҳолда қуйидаги босқичларга ажратишни таклиф қилди<sup>2</sup>:

- а) туристлар сони мунтазам ошиб борувчи давр;
- б) туристлар сони максимал даражага етиб борган давр;
- в) туристлар сони барқарорлашган ёки ўсишдан тўхтаган давр;
- г) туристлар сони жадал пасайган давр.

Бундай даврлаштириш кириш туризми оқимларининг дестинацияга таъсирини яққол кўрсатади. Туризм ривожланиши юқори бўлмаган даврда дестинация арзонроқ меҳмонхоналарда турувчи ва кам маблағ харж қилувчи – паст даромадли туристларни жалб этади. Бу туристларга ҳудуднинг жозибадорлиги хизматлар сифатидан кўра муҳимроқ аҳамиятга эгадир. Бироқ, туризм ривожланиши ва хизматлар сифатининг яхшиланиши эвазига қимматроқ хизматлар (масалан, юқори сифатли меҳмонхоналар)дан фойдаланувчи юқори даромадли туристлар ҳам кела бошлайди. Бундай ҳолатлар туризмга инвестициялар оқимининг оширилишига туртки бўлиб хизмат қилади. Вақт ўтиши билан оммавий туризм кенг тарқалади ва кейинги босқичда юқори даромадли туристлар ўрнини ўрта даромадли туристлар эгаллайди. Лоп ва Мареки қарашлари ўзида «иқтисодий манфаатларни максималлаштириш» ёндашувини акс эттиради.

Туризм ривожланиши тарихида бустеризм ҳамда Лоп ва Марекининг иқтисодий манфаатларни максималлаштириш ёндашувларида асосий эътибор янги меҳмонхоналар очилиши, транспорт алоқасини яхшилаш ва туризм тарғиботи-гагина қаратилгани сабабли, энг кўп танқидга учраган. Бу

---

<sup>1</sup> Turner, R.,K. (1993). Sustainable Environmental Economics and Management: Principles and Practice, London.

<sup>2</sup> Lopa, J.,M. & Marecki, R.,F. (1999). The critical role of quality in the tourism system. ProQuest Science Journals, pp.37-42.



икки ёндашув олдинга сурилган даврда туризм фаолияти фақатгина даромад манбаи сифатида қаралиб, унинг салбий оқибатлари ҳисобга олинмаган эди.

Айни пайтда, туризм ривожланишининг ижобий жиҳатлари билан биргаликда салбий таъсирлари ҳам кенгая бориши билан бундай таъсирларни бартараф этиш ёки қисқартириш долзарб муаммога айланиб борди. Натижада, дестинация ривожланишини тарғиб этишда туризмнинг миқдорий кўрсаткичлари (туристлар сони, тунаш кечалари, тушумлари кабилар) билан сифат кўрсаткичлари (атроф-муҳитга ва жамиятга таъсири)нинг ҳам аҳамияти ортаверди. Дастлаб, туризм ривожланишининг «меzbон жамоатчиликка йўналтирилган», сўнгра эса, «интеграциялашган» ёки «барқарор туризм» ёндашувлари шаклланди.

Амалий жиҳатдан барқарор туризм тушунчасини аниқлаш ва ўлчаш кўп мезонли машаққатли вазифа эканлигини тасаввур қилиш қийин эмас. Бундай кенг қамровли масалани ўрганишда, туризмнинг «ўсиш чегаралари» баҳслари ва салбий оқибатларига жавобан вужудга келган дестинациянинг «қабул қилиш имконияти» концепциясидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Мазкур концепциянинг шаклланишида ўрмончилик ҳақидаги фанларда ўрганиладиган «рекреация географияси» тарафдорларининг ўрни беқиёсдир<sup>1,2</sup>. Улар барча ҳудудларнинг экотизмига зарар етказилмайдиган мақбул сифими мавжуд деган гоёни илгари суриш орқали *туристик манзилларнинг қабул қилиш имконияти* тушунчасига асос солди.

Дестинациянинг «қабул қилиш имконияти» — муайян дестинацияда жойлаштирилиши мумкин бўлган туристлар сонининг юқори чегаравий қийматидир. Бир қатор тадқиқотларда ушбу концепция дестинация аҳолиси туризмнинг салбий таъсирини сезгунга қадар кенгайтишининг максимал сифими деб

<sup>1</sup> Wagar, A. (1964). The Carrying Capacity of Wild Lands for Recreation. Forest Science Monographs 7, pp. 1-24.

<sup>2</sup> McCool, S., and Lime, D. (2001). Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantast or Useful Reality. Journal of Sustainable Tourism, 9, pp.372-388.

қаралса, бошқаларида туристларнинг ўзлари муайян дестинацияда туристлар оқими юкламасининг ҳаддан ташқари ортиб кетганлигини ҳис этадиган сифимидир, дейилади<sup>1</sup>. Адабиётда дестинациянинг иқтисодий, ижтимоий, экологик, жисмоний ва реал «қабул қилиш имконияти» каби турлари фарқланади<sup>2</sup>.

Дестинация майдони сифими, туристик инфратузилмаси сифими, транспорт ўтказувчанлиги каби кўрсаткичлар унинг «қабул қилиш имконияти»ни баҳолашда қўлланилади. Бироқ, ҳозирги даврда технологик ўзгаришлар, туризм тизимининг бирорта элементи ўзгариши, унинг «қабул қилиш имконияти» ҳажмини ҳам ўзгартиришга қодир эканлигини кўрсатди. Бундай вазиятда, «қабул қилиш имконияти» концепциясига турлича ёндашувлар умумэътироф этилган баҳолаш услубларини ишлаб чиқишга тўсқинлик қилди.

Натижада, «қабул қилиш имконияти» концепцияси барқарор туризмнинг амалдаги хусусий ҳолати деб баҳоланиб, уни ўрганишга бағишланган ишлар долзарблигини рад этилиши оммавийлашди<sup>3</sup>. Бироқ, бизнинг фикримизча, «қабул қилиш имконияти» доирасида ўсиш — туризм барқарор ривожланишининг шартларидан бири бўлиб, қисқа ва ўрта муддатли даврларда дестинация салоҳиятини аниқлаш ва мавжуд ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ўлчашда муваффақиятли концепциядир. Батлер «туризм қабул қилиш имконияти»да кўтарилган муаммоларга ечим топа олмаслик туфайли рад қилиш - уни қатл қилиш ва вақтидан аввал кўмишга тенглигини уқтиради ва бу билан ушбу концепциянинг туризм ривожланишидаги алоҳида ўрнини қайд этади.

Батлернинг туристик дестинация ривожланиши концепцияси назоратсиз туризм ривожланиши барқарорликни сақлай олмаслигига ишора қилади. Фақатгина ташриф буюрув-

<sup>1</sup> O'Reilly, A. (1986). Tourism Carrying Capacity: Concepts and Issues. *Tourism Management*, 7, pp.254–258.

<sup>2</sup> Nghi, T., Lan, N., T., Thai, N., D., Mai, D., Thanh, D.,X. (2007). Tourism carrying capacity assessment for Phong Nha-Ke Bang and Dong Hoi, Quang Binh province. *VNU Journal of Science, Earth Sciences*, 23, pp. 80-87.

<sup>3</sup> Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 4, pp. 1121–1140.

чилар оқими ҳажми қабул қилиш имкониятининг критик нуқталарига етиб бормасагина, туризмнинг узоқ муддатли барқарор ривожланиши тўғрисида сўз юритиш мумкин. Туризм тизимига барқарорлик нуқтаи назаридан ёндашувлар асосида «туризм барқарор ривожланиши талаб ва таклиф билан узвий боғланган», дея хулоса қилишга асос бор. Масалан, талабни қучайтириш мақсадида ёки ўсиб бораётган талабга жавобан янги меҳмонхоналар ёки бошқа инфратузилма иншоотлари қурилишини амалга ошириш туризмнинг узоқ муддатли даврда муваффақиятли ривожланиши, талаб ва таклифнинг тури, сифати, миқдори ва баҳоси бўйича ўзаро мувозанатланишувига боғлиқдир.<sup>1</sup> Талаб омиллари туристнинг саёхатга тегишли қарорини белгиласа, таклиф омиллари уни муайян дестинацияга чорлайди.

Жаҳон мамлакатларида туризм ривожланиши жараёнини кузатишларнинг кўрсатишича, рақобатбардошлиги юқори бўлган дестинациялар ривожланиши барқарор давом этади. Шунинг учун, муваффақиятли туризм сиёсатини юритишда туризм барқарорлиги ва рақобатбардошлиги концепциялари уйғунлигини таъминланиш учун уларнинг орасидаги нозик чегарани англаш муҳим аҳамият касб этади.

Туризм рақобатбардошлиги концепцияси, асосан, М.Портернинг миллий «рақобат ромби» ғояларига асосланган<sup>2</sup>. Бугунга қадар, туризм дестинацияси рақобатбардошлиги доирасида шаклланган ёндашувлардан учтаси ихтиёрий дестинация учун ўринли, деб эътироф этилган<sup>3</sup>. Улардан Ритчи ва Кроуч ёндашуви энг мукамал ва теранларидан бири ҳисобланади. Ритчи ва Кроуч дестинация рақобатбардошлигини асосий ресурслар ва диққатга сазовор жойлар, қўллаб-қувватловчи омиллар ва ресурслар, дестинация ривожланишида стратегик режалашни қўллаш, вазият ва шарт-

<sup>1</sup> Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6). pp. 459-475.

<sup>2</sup> Porter M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York.: The Free Press.

<sup>3</sup> Ayikoru, M. (2015). Destination competitiveness challenges: A Ugandan perspective. *Tourism Management*, 50, pp.142-158.

шароитлар (сиёсий вазият, географик жойлашув ва бошқалар)дан иборат омиллар белгилайди, дея таъкидлайди<sup>1</sup>.

Туризм рақобатбардошлиги ва барқарорлигига берилган таърифларни қиёслаш кўрсатиб тургандек (1.2.-жадвал), рақобатбардошлик туризм ривожланиши самарадорлигини қисқа ва ўрта муддатли (яъни чегараланган) даврдаги динамикасини белгиласа, барқарорлик узоқ муддатли даврдаги чексиз давом этувчи ривожланишни назарда тутлади.

### 1.2.-жадвал

#### Туризм барқарорлиги ва рақобатбардошлиги концепциялари<sup>2</sup>

| Туризм барқарорлиги   |                                | Туризм рақобатбардошлиги  |                               |
|---|--------------------------------|---|-------------------------------|
| Таъриф  | Муаллиф                        | Таъриф  | Муаллиф                       |
| дестинациянинг рақобат давомида жисмоний, ижтимоий, маданий ва табиий ресурсларининг сифатини сақлай олиш қобилияти                   | Гоэлднер ва Ритчи <sup>3</sup> | дестинациянинг туристик хизматларнинг қўшилган қийматини яратиш ва ресурс базасини сақлай олиши билан рақобатчиларга нисбатан устун ўринни эгаллаш ва сақлаш қобилиятидир | Ҳассан <sup>4</sup>           |
| Табиий ресурслардан фаолиятнинг атроф муҳитга таъсирини эътиборга олган ҳолда фойдаланиш, тоза энергия манбаларини қўллаш, маданий ва | Европа комиссияси              | дестинациянинг туристларни жалб этиш ва талабларини қондириш қобилиятини аниқлатиб, у туризмга хос омиллар билан биргаликда туризм хизмат-                                | Энрайт ва Ньютон <sup>5</sup> |

<sup>1</sup> Ritchie J.,R., B. & Crouch G., I. (2009). The competitive destination: A sustainable tourism perspective. Wallingford.: CABI Publishing.

<sup>2</sup> Муаллиф ишланмаси.

<sup>3</sup> Европа комиссияси. (2010). Europe, the world's tourist destination -a new political framework for tourism in Europa. Brussels, so.20.2010, com (2010), 0352 final.

<sup>4</sup> Hassan, S.,S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. Journal of Travel Research, 38(3), pp. 239-245.

<sup>5</sup> Enright, M.J. and J. Newton (2004). Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach. Tourism Management, 25(6), pp.777-788.

| Туризм барқарорлиги  |                         | Туризм рақобатбардошлиги  |                            |
|--|-------------------------|---|----------------------------|
| табиий меросни ҳимоя қилиш, яратилган иш ўринларининг сифати ва барқарорлиги, маҳаллий иқтисодиётга салбий таъсири йўқ   |                         | лари таъминотчиларига таъсир қилувчи бошқа омиллар тўплами асосида белгиланади  |                            |
| Туризм бозоридаги барчанинг эҳтиёжларини эътиборга олиш, талаб ва таклиф орасидаги мутаносибликни сақлаш, ижтимоий ва табиий муҳитни асраб-авайлаш ва дестинация иқтисодиётини ривожлантириш | Лиу (2003) <sup>1</sup> | туризм саноатининг турли таркибий қисмлари самарадорлиги ва дестинация жозибadorлигига таъсир қилувчи сифат омиллари билан нархлардаги тафовутларни валюта курслари тебранишларини эътиборга олган ҳолда қамраб олган умумлаштирувчи тушунчадир | Двайер ва Ким <sup>2</sup> |

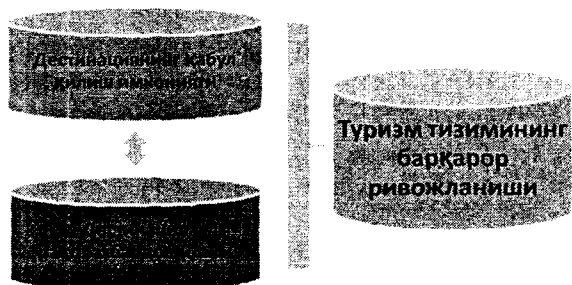
Рақобатбардошлик дестинациянинг бозордаги самарали ва фойдали рақобат қилиш қобилияти бўлса, барқарорлик ана шу рақобат давомида дестинациянинг жисмоний, ижтимоий, маданий ва табиий ресурсларининг сифатини сақлай олиш қобилияти ҳисобланади<sup>3</sup>. Демак, туризм тизими барқарорлигининг яна бир асосини рақобатбардошлик (*1.6-расм*) ташкил этади, дейишга ҳақлимиз.

Янги Зеландиялик тадқиқотчи К.Симпсон туризм тизими барқарор ривожланишини таъминлашда икки асосий белги сифатида биринчидан, турли манфаатдор томонларнинг иштироки ва иккинчидан, туризм режалаштирилишининг стратегик ва узоқ муддатга мўлжалланганлигини кўрса-

<sup>1</sup> Liu, Z. (2003) Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6). pp. 459-475. ISSN 0966-9582.

<sup>2</sup> Dwyer, L. and Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), pp. 369-414.

<sup>3</sup> Goeldner, C., R. & Brent, Ritchie, R. (2009). «Tourism: Principles, Practices, Philosophies», 11th edition, John Wiley & Sons, Inc.



1.6.- расм. Туризм тизими барқарор ривожланиши шартлари

тиб берган-ди<sup>1</sup>. Руминиялик олим Хорноу ўзининг «Эко-туризм - маҳаллий аҳолининг барқарор ривожланишида усту-

вор йўналиш» номли китобида иқтисодиётда тармоқлараро боғлиқликка комплекс ёндашув, манфаатдор томонлар орасида ҳамкорлик, минтақавий стратегиялар миқёсида узоқ муддатли режалаштириш, барқарор ишлаб чиқариш ва истеъмолни рағбатлантирувчи омилларни бошқариш<sup>2</sup> сингари барқарор туризмнинг бир нечта хусусиятларига тасниф беради. Бундан ташқари, россиялик олима Д.С.Хазованинг таъкидлашича, барқарор ривожланиш концепцияси узоқ муддатли ривожланиш истиқболларига аҳамият беришни англатади ҳамда режалаштириш ва тартибга солиш заруратини аниқлаштириб беради<sup>3</sup>. Шу боис, узоқ муддатли истиқболга туризм стратегияси ишлаб чиқилиши туризм барқарор ривожланиши тамойилларидан бири деб қабул қилинган.

Давлатларнинг туризм ривожланишига доир стратегик қарори бир неча йўналишдаги туризм соҳасида инсон капиталини ривожлантириш, институционал асосларини мус-

<sup>1</sup> Simpson, K. (2001). Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. Current Issues in Tourism 4(1), pp. 23.

<sup>2</sup> Hornoiu, Remus, I. (2009). Ecotourism - a priority direction in local communities sustainable development; ASE publishing; Bucharest.

<sup>3</sup> Хазова, Д., С. (2014). Математическое моделирование устойчивого развития туризма. Диссертация к.н.

таҳкамлаш, инфратузилмани такомиллаштириш, туристик маҳсулот ва хизматларни диверсификациялаш, уларнинг юқори сифатини таъминлаш, соҳа учун қулай ишбилармонлик муҳитини яратиш каби энг муҳим истиқболли ҳужжатларни қамраб олади. Бундай стратегиялар туризм ресурслари кадр-қимматини асраш; ташриф буюрувчиларнинг туризм ресурсларидан олган таассуротларидан қониқишини ошириш; мезбон жамиятга ижтимоий, иқтисодий ва экологик фойда қайтишини максималлаштиришдек асосий 3 та стратегик мақсадни кўзлайди<sup>1</sup>.

Туризмни барқарор ривожланиш тамойиллари ва шартлари ҳамда жаҳон тажрибасини эътиборга олиб, Ўзбекистонда туризмни барқарор ривожлантиришнинг узоқ муддатга мўлжалланган миллий дастурини тегишли ҳисоб-китоблар билан ишлаб чиқиш зарурияти ва долзарблигини таъкидлаб ўтамыз. Бунинг учун туризм ривожланишидаги жаҳон бозоридаги асосий тенденцияларни ўрганиш, туризмнинг Ўзбекистон Республикасидаги салоҳиятини баҳолаш, давлатимиз туризм бозорига таъсир қилувчи омилларни аниқлаш, юртимиз туристик маҳсулотининг халқаро рақобатбардошлигини оширишга таъсир қилувчи институционал ва инфратузилмавий омилларни аниқлаш асосида туризмни ривожланиш сценарийларини тузиш долзарб вазифа ҳисобланади.

### **1.3. Туризм барқарор ривожланишининг макроиқтисодий таъсири турлари**

Туризм соҳасининг бирор мамлакат ёки глобал миқёсидаги аҳамияти ва ўрнини аниқлашда унинг макроиқтисодий таъсири ўлчамларидан фойдаланилади. Туризмнинг макродаражадаги таъсири ҳудудий (давлат, маҳаллий, минтақа) кўламда ўрганилиб, ўз ичига савдо баланси, аҳоли бандлиги ва даромадлари, давлат ва маҳаллий бюджет солиқла-

---

<sup>1</sup> Hall, C., M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Pearson Education.

ридан олинадиган даромадлар, иқтисодиёт тармоқлари диверсификацияси, иқтисодий ўсишни фаоллаштириш ва бошқа масалаларга бўлган таъсирини қамраб олади.

Туризм ривожланишига «иқтисодий манфаатни максималлаштириш» ёндашуви устувор бўлган даврларда туризм соҳаси ва тўловлар баланси орасидаги боғлиқлик кенг муҳокама этилган. Туризм фаолиятининг мамлакат иқтисодиётининг гуллаб-яшнашидаги ўрнига тааллуқли бўлган бундай боғлиқлик асосан ривожланаётган давлатлар миқёсида ўрганилган. Катта миқдордаги туристларни қабул қилувчи давлатларда туризм - тўлов балансининг жорий ҳисоб тақчиллигини қоплашда юқори самарали восита деб қаралган. Бироқ туризмга бу каби «меркантилистик» қарашлар ёт, зотан бунда туризмнинг иқтисодий аҳамияти тўла намоён бўлмайди. Гарчанд, бир-биридан катта фарқ қилсада, туризм аҳамиятини баҳолашда ҳам маҳаллий, ҳам кириш туризмни эътиборга олиш мақсадга мувофиқ.

Иқтисодиётнинг ҳар қандай соҳасининг аҳамияти даромад ва бандлик каби иккита муҳим кўрсаткич билан белгиланади. Дастлабки даврларда, туризмнинг иқтисодий ривожланиш воситаси сифатидаги салоҳиятини ўлчаш учун туризм даромади мультипликаторидан фойдаланилган эди<sup>1</sup>.

Бугунги кунда туризм харажатиининг мультипликатив таъсири туризм иқтисодиётида энг чуқур ўрганилган масалаларидан ҳисобланади. Туризм мультипликатори мавзусида Б.Арчернинг хизматлари беқиёсдир. Туризм мультипликаторини тушуниш учун туризм таъсири турларини чуқур англаш талаб этилади. Туризм макроиқтисодий таъсирининг турлари - сифат кўрсаткичлари, ҳудудий қамрови таҳлили, туризм турлари ва ташриф буюрувчилар гуруҳлари ҳамда туристик оқим йўналишларидан иборат гуруҳларга ажратилади<sup>2</sup> (1.7.-расм).

---

<sup>1</sup> Sinclair, M. T., Blake, A., & Sugiyarto, G. (2003). The economics of tourism. In C. Cooper (Ed.), *Classic Reviews in Tourism* (pp. 22-54). Clevedon: Channel View Publications.

<sup>2</sup> Ivanov S. & Webster C. (2007). Measuring the Impact of Tourism on Economic Growth. *Tourism Economics* 13(3).



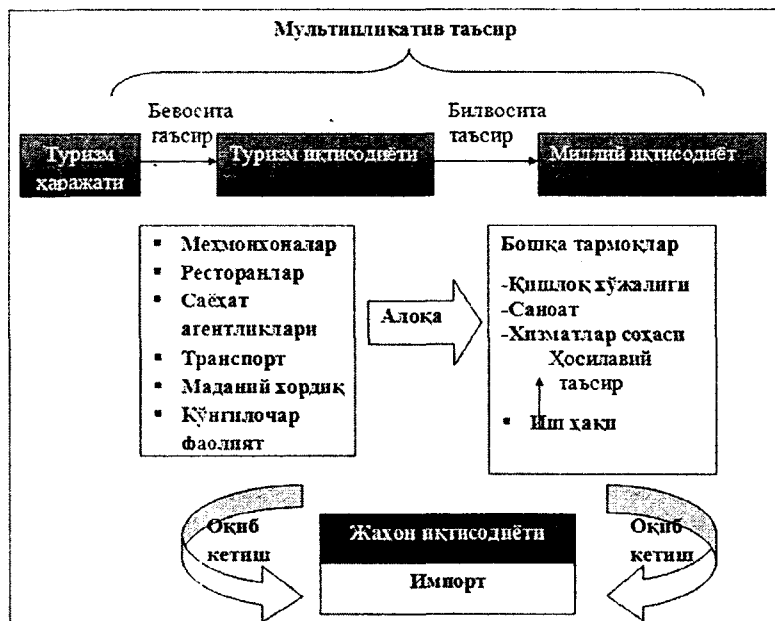


*1.7.-расм. Туризмнинг макроиқтисодий таъсири таснифи<sup>1</sup>*

Туризмнинг макроиқтисодий таъсири юқоридаги қайси гуруҳга тегишли бўлмасин, унинг таркибида бевосита, билвосита ва ҳосилавий таъсир компонентлари иштирок эта-

<sup>1</sup> Social Science Research Network, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1539443](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1539443)

ди, туризм таъсирининг ушбу хусусияти эса иқтисодиётда мультипликатив самара ҳосил қилади (1.8.-расм).



**1.8.-расм. Туризмнинг иқтисодиётга таъсир кўрсатиши тизими<sup>1</sup>**

Туризмнинг мамлакат ёки минтақа иқтисодиётига *бевосита таъсири* ёки *ҳиссаси* сайёҳларнинг туризм маҳсулотлари ва хизматларини сотиб олиш харажатлари йиғиндисига тенг. Демак, туризмнинг бевосита таъсири деганда, сайёҳларнинг туристик хизматлар кўрсатувчи корхоналар, шу соҳа ишчиларининг моддий таъминоти ҳамда янги иш ўринларини яратишга қўшган тўғридан-тўғри ҳиссаси тушунилади<sup>1</sup> ва уни

<sup>1</sup> Муаллиф ишланмаси

<sup>2</sup> Квартальнов В.А. (2002). Туризм. — Москва: «Финансы и статистика», 2002.

ифодаловчи кўрсаткичлар амалдаги Миллий ҳисоблар тизими (МХТ)да акс эттирилади<sup>1</sup>.

Туристик ҳаражатларнинг минтақа тараққиётига бевосита таъсиридан ташқари билвосита таъсири ҳам мавжуд бўлиб, у минтақада туристик ҳаражатларнинг айланиши бошланиши билан бир вақтда юзага келади. Бунга сайёҳларнинг ҳаражатлари бевосита келиб тушадиган меҳмонхоналарнинг ўз талабларини қондириш мақсадида банк, коммунал, қурилиш-таъмирлаш, транспорт, алоқа, тиббиёт ва суғурта компаниялари, озиқ-овқат ва саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчилари ва сотувчилари билан алоқаларини мисол қилиш мумкин. Сайёҳлар ҳаражатлари туристик минтақанинг даромадларини ошириши билан «ҳаражат-даромад-ҳаражат» занжири шаклланади ва вужудга келган алоқадорлик тугагунча занжирли боғланиш давом этаверади<sup>2</sup>.

*Ҳосилавий таъсир* бевосита ва билвосита даромадларнинг бир қисмини минтақа аҳолисига маош сифатида тақсимланиши натижасида пайдо бўлади. Демак, тушган даромадларнинг бир қисми минтақа ичида маҳсулот ва хизмат сотиб олишга сарфланиши аҳолининг иқтисодий фаоллигини оширади, деб хулоса қилиш ўринли. Бу эса сайёҳларнинг дастлабки ҳаражатларининг ҳосилавий таъсирини акс эттиради.

Мультипликатор самараси туризм ҳаражатларининг бевосита ва билвосита таъсирини акс эттирувчи кўрсаткичлар орқали ўлчанади. У ўзида хўжалик субъектлари орасида туристик фаолиятдан олинган асосий даромад, яъни туризмнинг иқтисодиётга бевосита ҳиссасининг айланишини акс эттиради. Шундай қилиб, мультипликатор – сайёҳларнинг маҳаллий иқтисодиётга сарфлаган маблағларининг айланишлари сони деган тўхтамга келсак хато бўлмайди.

---

<sup>1</sup> Карпова Г.А., Сигова М.В., Шевченко Е. П. Актуальные вопросы оценки влияния туризма. // Журнал правовых и экономических исследований, 2013. № 4, с. 232–236.

<sup>2</sup> Гуляев В.Г. Мультипликативный эффект в туризме// Вестник РМАТ. 2011. №3. С. 58–69.

Йирик ва диверсификациялашган иқтисодиётга эга бўлган ҳудудлар юқори мультипликаторга эга бўладилар, чунки бундай иқтисодиётда тадбиркорлар ва уй хўжаликлари ўз эҳтиёжларини ўз ҳудудларида ишлаб чиқарилган маҳсулот ва хизматлар билан қондирадилар<sup>1</sup> Ҳақиқатан ҳам, Жаҳон банкининг ҳисоботларига қараганда, иқтисодиёти ривожланган ва диверсификация қилинган давлатларда сайёҳлар учун маҳсулотлар ва жиҳозлар импортига туризм тушумининг 10-20% сарфланса, аксарият ривожланаётган давлатларда бу кўрсаткич 40-50 % ни ташкил этади<sup>2</sup>.

XIX аср охирлари ва XX аср бошларида эндоген ўсиш назарияси тарафдорлари туризмни инсон капитали, фан-техника ривожланиши омиллари қаторида иқтисодий ўсишни жадаллаштирувчи омил сифатида тадқиқ қила бошлади. Фарб тадқиқотчиларидан А. Ланза ва Ф. Пиглиару биринчилардан бўлиб, Рикардонинг ихтисослашув назариясига асосланган Лукас типигаги икки тармоқли модель воситасида табиий ресурсларга бой давлатлар туризмга ихтисослашув орқали жадал ўсиш йўлига киришини кўрсатишди<sup>3</sup>. Уларнинг кузатувларига кўра, ҳудуди кичик ва иқтисодий ўсиш суръатлари баланд бўлган давлатларда туризм тармогининг ҳажми катта бўлиши аниқланди.

Шан ва Уилсон сингари тадқиқотчилар 2001 йилда туризмнинг иқтисодий ва халқаро савдо ўсишига кўрсатган таъсири тадқиқ этилган ишларни умумлаштириб, «Туризм етакчилигидаги ўсиш» (бундан кейинги ўринларда TLG<sup>4</sup>) гипотезасини олға сурдилар<sup>5</sup>. Мазкур гипотеза туризмни

---

<sup>1</sup> Advances in Tourism Economics: New Developments By Elvaro Matias, Peter Nijkamp, Manuela Sarmiento /Springer Science & Business Media, 16 сент. 2009.

<sup>2</sup> UNCTAD (2010). The contribution of tourism to trade and development

<sup>3</sup> Lanza, A. and F. Pigliaru. (1995). Specialization in tourism: the case of a small open economy, in Coccossis H. and Nijkamp P., eds, Sustainable tourism development, Avebury, Aldershot, UK, pp. 91-104.

<sup>4</sup> Tourism led growth

<sup>5</sup> Shan, J. & Wilson K. (2001). Causality between trade and tourism: empirical evidence from China. Applied Economics Letters, 8, pp.279-283.

«кўринмас экспорт» сифатида талқин этиб, «Экспорт етакчилигидаги ўсиш» (ELGH) гипотезасидан тўғридан-тўғри келиб чиққан. TLG гипотезаси «иқтисодий ўсиш, нафақат, иқтисодиётдаги меҳнат ва капиталнинг кўпайиши, балки, туризм экспортини кенгайтириш орқали ҳам таъминланиши мумкин», деган фикрни илмий доирага киритдилар.

Энди туризм тизимининг иқтисодий ривожланишга таъсирининг энг муҳим трансмиссион каналларини таҳлил қиламиз. Улардан биринчиси, туризмнинг хорижий валюта жалб эта олиш қобилияти бўлиб, шу орқали туризм капитал товарлар ишлаб чиқарилишига катта ҳисса қўшади<sup>1</sup>. Кўплаб давлатларнинг мақсади импортни қоплаш учун хорижий валюта тушумини ошириш ва халқаро резервлар даражасини ушлаб туриш экани маълум. Ҳақиқатан, аксарият мамлакатлар учун туризм даромадларининг тўловлар балансидаги ҳажми жуда юқорилиги эътиборни тортади.

Иккинчиси, туризм янги инфратузилма, инсон капитали ва рақобатбардошликка инвестициялар йўналтирилишига катта ҳисса қўшади, шунингдек, компаниялар ва халқаро туризм дестинациялари орасида рақобатни кучайтириш<sup>2,3</sup> орқали ўсишга ижобий таъсир кўрсатади. Туризм инсон капитали, жисмоний капитал, технология ва табиий ресурслар каби тўртта асосий ишлаб чиқариш омилларига таянади. Инсон капитали асосий омиллардан бири эканлиги, туризмнинг иш ўринлари яратишдаги салоҳиятини белгилаб беради.

Учинчиси, туризм бевосита, билвосита ва ҳосилавий таъсири орқали иқтисодий ўсишга ижобий таъсир қилади.

Тўртинчиси, туризм бандликка таъсир этиш орқали даромаднинг ўсишига олиб келади. Халқаро туризм харажат-

---

<sup>1</sup> McKinnon, R. (1964). Foreign exchange constraint in economic development and efficient aid allocation. *Economic Journal*, 74, pp. 388–409.

<sup>2</sup> Bhagwati, J., N., and Srinivasan, T., N. (1979). Trade policy and development, in: R. Dornbusch and J. Frenkel, eds., *International economic policy* (Johns Hopkins, Baltimore), pp. 1-35.

<sup>3</sup> Krueger, A. (1980). Trade policy as an input to development. *American Economic Review*, 70, pp. 188-292.

лари маҳаллий тадбиркорликни молиялаштиради. Бу даромаднинг бир қисми ишлаб чиқариш омиллари (маош, рента, фоиз тўловлари) қоплашга сарфланади, қолгани эса фойдани ташкил қилади. Бу қўшимча фойда янги истеъмолни рағбатлантиради ва маҳаллий иқтисодий агентлар орасида даромадни кўпайтиради.

Бешинчиси, туризм ижобий кўлам ва қамров иқтисодий-тига асос солади<sup>1</sup>, яъни тадбиркорларнинг бир бирликка сарфланадиган ўртача харажатлари миқдори камаяди. Массалан, халқаро туризм ривожлангани сари меҳмонхоналарнинг ўртача харажати камаяди ва меҳмонхона хўжалиги диверсификацияси учун шароит яратилади<sup>2</sup>.

Туризм ривожланиши бўйича олиб борилган тадқиқотларда дестинация сифатида, нафақат давлатлар, балки кластерлар, минтақалар ва шаҳарлар ҳам назарда тутилади. Конвергенция назарияси нуқтаи назаридан туризм камбағаллик, айниқса, қашшоқликни йўқотиш ва ҳудудий ривожланиш тафовутларини қисқартириш воситаси ҳисобланади. Ҳудуд бўйлаб ҳаракатланиш туризмда марказий масала бўлгани учун иқтисодий ривожланишнинг ҳудудий тақсимотини яхшилайти. Агар туризм истеъмоли оқимлари ривожланган ҳудудлардан ривожланмаган ҳудудлар томонга ҳаракатланса, молиявий ресурслар ва унинг иқтисодий фойдаси иккала гуруҳ орасидаги ривожланиш тафовутини қисқартиришга ёрдам беради, шимолӣ ва жанубий, ривожланган ва ривожланмаган давлатлар, баъзан эса бир давлат минтақаларининг иқтисодий ривожланишидаги тафовутларга барҳам беради. Шу сабабли, конвергенция назарияси икки хил ёндашувни қўллайти<sup>3</sup>.

Биринчи ёндашув дунёни ривожланган ва ривожланаётган давлатларга бўлинишига асосланади ва туризм иккала

---

<sup>1</sup> Helpman, E. & Krugman, P. (1985). *Innovation and growth in the global economy*, MIT Press, Cambridge.

<sup>2</sup> Weng, C.,C. & Wang, K.,K. (2004). Scale and scope economies of international tourist hotels in Taiwan. *Tourism Management*, 25, pp. 761-769.

<sup>3</sup> Mihalic, T. (2016). Economic impacts of tourism, particularly its potential contribution to economic development. *Handbook of Tourism Economics ed. by Tisdell, A.*

гуруҳ давлатлари ривожланишидаги тафовутни камайтиради деган ғояни илгари суради. Ривожланаётган давлатлар аксарияти туризмдан иқтисодий ривожланишни тезлаштириш воситаси сифатида фойдаланади.

Иккинчи ёндашув минтақавий характерга эга. Туризм урбанизация даражаси юқори ва периферал минтақалар иқтисодий ривожланишидаги тафовутларни компенсациялаш вазифасини бажаради. Минтақавий ёндашувда ҳам маҳаллий, ҳам кириш туризми биргаликда назарда тутилиши туфайли амалиётда буни кузатиш нисбатан қийинроқ кечади. Узоқ вақтларгача маҳаллий туризм минтақалар иқтисодиётида пул маблағлари тақсимотига таъсир кўрсатсада, миллий иқтисодиётга таъсир қилмайди деб ҳисобланган. Бироқ, маҳаллий туризм миллий иқтисодиётга бевосита таъсир кўрсатмасада, унинг билвосита таъсири сезиларли. Масалан, маҳаллий туризмнинг ривожланиши мамлакат аҳолисининг хорижга саёҳатларини камайтиради ва савдо балансига билвосита ижобий таъсир кўрсатади. Бундан ташқари, аҳоли маҳаллий саёҳат давомида ўзи яшаш жойидаги га нисбатан кўпроқ харажат қилади. Шуларни эътиборга оладиган бўлсак, маҳаллий туризм ривожланишидан манфаатдорлик кириш туризми ривожланишига қараганда кам эмас, деган хулоса чиқарса ўринли бўлади.

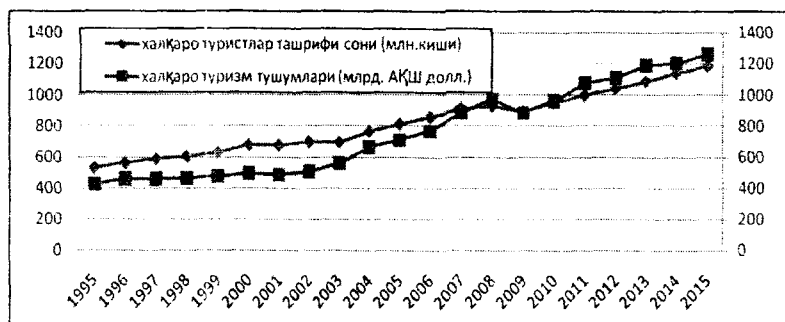
#### **1.4. Туризм ривожланишининг халқаро тенденциялари ва асосий йўналишлари**

Глобализация жараёнларининг чуқурлашуви, транспорт ҳамда ахборот-технологиялари соҳаларининг жадал тараққиёти туризм фаолиятининг жаҳон миқёсидаги кўламининг кенгайиши ва ижтимоий-иқтисодий аҳамиятининг юксалишига олиб келди. Агар 1950 йилда дунё бўйлаб сайёҳлар сони 25 миллионга тенг бўлса, 2012 йилга келиб 1 (бир) миллиард нафардан ошди.<sup>1</sup> 2008 йил сўнгида бошланган жаҳон иқтисодий ва молиявий инқирозидан кейин ҳам бу соҳанинг узлуксиз давом этаётган ўсиши туфайли туризм,

ҳақли равишда, энг кучли ва барқарор иқтисодий фаолият, дея этъироф этишга ҳақлимиз.

Бугунги кунда жаҳон иқтисодиёти ЯИМида туризм соҳасининг ҳиссаси қарийб 9,8% ёки 7,2 трлн. АҚШ долларини ташкил этади. Дунё бўйлаб барча иш ўринларининг 9% туризм соҳасига тўғри келиши, унинг иш билан бандликдаги беқийс аҳамиятини исботлайди<sup>2</sup>. Ундан ташқари, туризм хизматлари экспорти бўйича жаҳон товар ва хизматлар экспортининг 7%, хизматлар экспортининг эса 30% ини ташкил этади. Дунё экспорти таркибида туризм ёқилғи, кимё саноати, озиқ-овқат ва автомобиль саноати экспортдан кейин 5-ўринда туради.

Жаҳон сайёҳлик ташкилотининг сўнгги маълумотларига кўра, 2015 йилда халқаро туристлар сони дунё бўйича 1,186 млрд. нафарни ташкил этди. Бу кўрсаткич 2014 йилдагига нисбатан 4,4 % га ёки қарийб 50 млн. кишига кўпдир<sup>3</sup>. Халқаро туризм тушумлари ҳам 4% га ўсди ва 1,260 трлн. АҚШ долларини ташкил этди. Халқаро туристлар сони ва халқаро туризм тушумларининг ўсиш динамикасидаги (1.9.-расм) кучли корреляцияни кузатиш қийин эмас.



1.9.-расм. Халқаро кириш туризми кўрсаткичлари динамикаси<sup>4</sup>

<sup>1</sup> World Tourism Organization.(2013). Tourism highlights, UNWTO, Madrid.

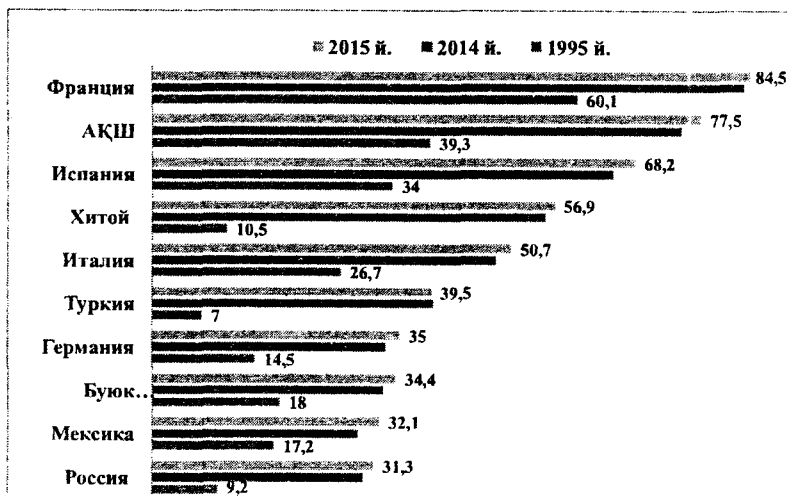
<sup>2</sup> World Tourism Organization.(2016). Tourism highlights, UNWTO, Madrid.

<sup>3</sup> World Tourism Organization. (2016). UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.

<sup>4</sup> World Tourism Organization. (2016). UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.



Кейинги йигирма йил давомида кириш туризми бўйича энг илғор давлатлар рўйхатида Франция, АҚШ ва Испания мутлақ етакчилик қилиб келмоқда. Шундай қилиб, 2015 йилда қарийб 84,5 млн. ташриф буюрувчини қабул қилган Франция жаҳон мамлакатлари ичида биринчи ўринни эгаллаган (1.10.-расм). Халқаро туризм майдонидаги ижобий ўзгаришга мисол қилиб Хитой, Туркия ва Россия давлатларидаги салмоқли ўсишни кўрсатиш мумкин. Бу давлатлар 1995 йилда мос равишда 10,5 млн., 7 млн. ва 9,2 млн. ташриф буюрувчини қабул қилган бўлса, 2015 йилда туристлар сони 56,9 млн., 39,5 млн. ва 31,3 млн. нафарга етди.

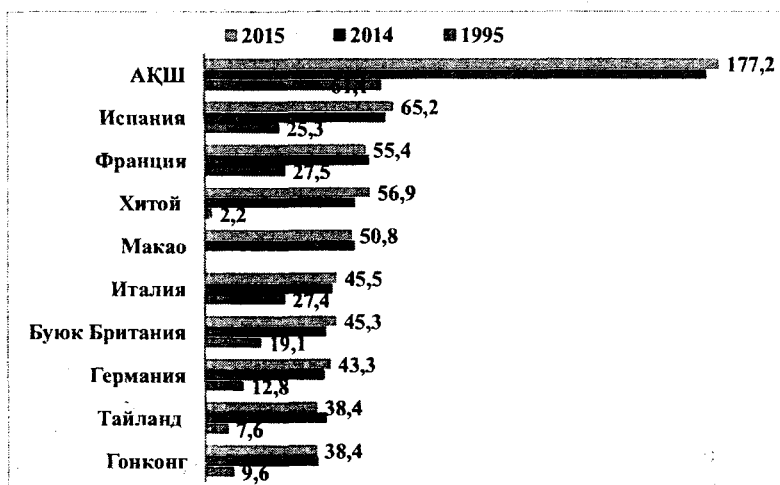


1.10.-расм. Халқаро кириш туризми кўрсаткичлари динамикаси<sup>1</sup>

Халқаро туризм тушумлари бўйича етакчилик қилаётган давлатлар рейтингидagi ҳолат ташрифлар сони бўйича етакчи давлатлардан фарқ қилади. ЮНВТО маълумотларига кўра, дунё мамлакатлари орасида туризм тушумлари бўйича АҚШ катта устунлик билан етакчилик қилмоқда (1.11.-расм). Халқаро туризм рақобатбардошлиги энг юқори

<sup>1</sup> World Tourism Organization. (2016). UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.

деб эътироф этилган Испания бу рейтингда иккинчи ўринни эгаллаган. Ташриф буюрган туристлар сони бўйича етакчилик қилаётган Франция эса ҳозирча учинчи ўринни банд қилиб турибди. Бундай аҳволнинг асосий сабаби сифатида АҚШ ва Испанияда туристлар саёҳати давомийлигининг узунроқ бўлганлигини кўрсатиш мумкин. Шунингдек, Осиё ва Тинч океани минтақасида жойлашган Хитой Халқ Республикаси (56,9 млрд. долл.), Таиланд ва Гонконг (38,4 млрд. долл.) давлатлари ҳам туризм тушумлари бўйича етакчи давлатлар қаторидан ўрин олган.



1.11.-расм. Халқаро туризм тушумлари бўйича етакчи-давлатлар<sup>1</sup>

Кўпчилик давлатларнинг туризм миллий сиёсатида халқаро туризмга энг кўп маблағ сарфлайдиган мамлакатларга алоҳида эътибор қаратилади. Бу давлатлар фуқароларига виза олиш жараёнларини имкон қадар соддалаштириш, уларнинг истеъмолчи сифатидаги хусусиятларини ҳисобга олиш ва бошқа усуллардан фойдаланиши кузатилади.

<sup>1</sup> World Tourism Organization. (2016), UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.

Бугунги кунда туризм соҳасига энг кўп маблағ сарфловчи давлатлар рейтингининг юқори қисмини бу йўналишга 292,2 млрд. АҚШ доллари харажат қилган Хитой Халқ Республикасининг дунё туризм бозоридаги улуши 23,2% га етди (*1.3.-жадвал*). Таҳлиллар яқин даврларда ҳам Осиё туристлари, асосан, Япония, Корея ва Гонконг аҳолисидан ташкил топганини кўрсатади. Бироқ, кейинги ўн йилликнинг бошига келиб, Хитой Халқ Республикаси бу кўрсаткич бўйича етакчиликни Япониядан олиб қўйди<sup>1</sup>. Ҳозирги вақтда халқаро туристларнинг ҳар ўнтасидан биттаси хитойлик эканининг ўзи бир феномен бўлса, иккинчиси, улар томонидан амалга оширилаётган саёҳатларининг 90%и Осиё қитъаси давлатлари ҳисобига тўғри келаётганидир. Шу сабабли, бошқа қабул қилувчи давлатлар ҳам шу тенденциялардан самарали фойдаланиш мақсадида Хитойлик меҳмонларнинг феъл-атвори, менталитетини ўрганиш ва муносиб кутиб олиш, юқори даражада сайёҳлик маршрутини амалга ошириш ва кузатишга ҳаракат қилмоқда. Ушбу ҳолатга халқаро туризмнинг илмий доираларида «Хитой омили»нинг кучайиши деб қаралмоқда.

Туризм соҳасида Хитойдан кейин энг катта харажат қилувчи давлатлар АҚШ ва Германия бўлиб, уларга дунё туризм харажатларининг мос равишда 8,9% ҳамда 7,4% тўғри келади. Ушбу рейтингда олтинчи ўринни эгаллаб турган Россия аҳолиси орасида қулай ва оммабоп саналадиган Миср ва Туркия йўналишларининг хавфсизлик масалалари юзасидан 2015 йил кузида ёпилиши ва аҳсли реал даромадларининг қисқариши туфайли, бу йирик мамлакатнинг жаҳон чиқиш туризмидаги улуши 4% дан қарийб 2,8% гача қисқарди. Аҳоли жон бошига харажатлар миқдори эса 2014 йилдаги 747 АҚШ доллардан 239 долларгача тушиб кетди.

---

<sup>1</sup> Тяптышев О.Г. Международный туризм – рост в посткризисный период и перспективы до 2030 г. // Бюллетень иностранной коммерческой информации. 2014. №4. с 28-39

Халқаро туризм ҳаражатлари бўйича етакчи-давлатлар<sup>1</sup>

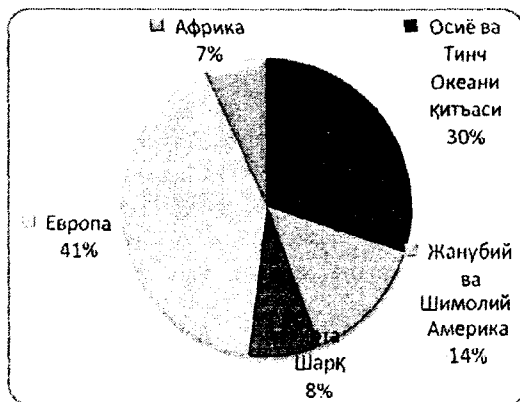
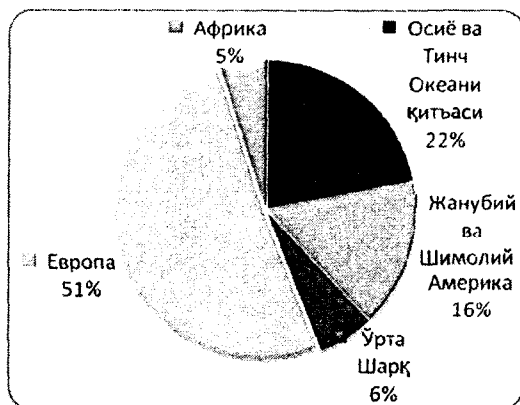
|                       | 2014 й.                 | 2015 й.                 | Аҳолиси<br>сони | Жон бошига<br>(2015 й.)      | Улуши<br>(2015 й.) | Халқаро<br>жўнашлар<br>сони (2015 й.) |
|-----------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------|------------------------------|--------------------|---------------------------------------|
| Мамлакатлар<br>номи   | млрд.<br>АҚШ<br>доллари | млрд.<br>АҚШ<br>доллари | млн.<br>киши    | млрд.<br>АҚШ<br>дол-<br>лари | %                  | млн.<br>киши                          |
| Хитой                 | 234,7                   | 292,2                   | 1,375           | 213                          | 23,2               | 127,9                                 |
| АҚШ                   | 105,5                   | 112,9                   | 322             | 351                          | 9,0                | 73,5                                  |
| Германия              | 93,3                    | 77,5                    | 82              | 946                          | 6,2                | ...                                   |
| Буюк Британия         | 62,6                    | 63,3                    | 65              | 972                          | 5,0                | 64,2                                  |
| Франция               | 48,7                    | 38,4                    | 64              | 598                          | 3,0                | ...                                   |
| Россия                | 50,4                    | 34,9                    | 146             | 239                          | 2,8                | 36,8                                  |
| Канада                | 33,8                    | 29,4                    | 36              | 820                          | 2,3                | 32,3                                  |
| Корея<br>Республикаси | 23,2                    | 25,0                    | 51              | 493                          | 2,0                | 19,3                                  |
| Италия                | 28,8                    | 24,4                    | 61              | 402                          | 1,9                | 27,5                                  |
| Австралия             | 26,3                    | 23,5                    | 24              | 978                          | 1,9                | 9,5                                   |

Австралия (йиллик 978 долл.), Буюк Британия (972 долл.), Германия (946 долл.), Канада (820 долл.) ва Франция (598 долл.) туризм соҳасида фуқаролари жон бошига энг кўп маблағ сарфлайдиган мамлакатлар сирасига киради. Италия (402 долл.) ва АҚШ (351 долл.) фуқароларининг жон бошига туризм харажатлари юқорида кўрсатилган давлатларга нисбатан паст ҳажмда.

<sup>1</sup> ЮНВТОнинг 2016 йилдаги маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

Бу ўринда Корея (493 долл.) ва Хитой (213 долл.) каби халқаро туризм бозорида нисбатан янги шаклланаётган мамлакатлар аҳолиси орасида туризм харажатларининг барқарор ва юқори суръатларда ўсиши кузатилмоқда. Жадвалдан кўриниб турибдики, Хитой жаҳон туристик бозорининг доминант истеъмолчисига айланган. Ундан ташқари, кейинги 10 йил ичида Сингапур, Гонконг, Ҳиндистон, Индонезия, Малайзия, Қатар, Саудия Арабистони ва Тайвань сингари мамлакатлар ҳам жаҳон туризм харажатлари рейтингига сезиларли равишда юқорига кўтарилиши кутилмоқда.

Туризм соҳасининг барча вакиллари эътиборини жалб этаётган яна бир тенденция сифатида Осиё ва Тинч океани ҳудудидаги давлатларнинг халқаро туризм бозоридаги улуши ортиб бораётганлигини



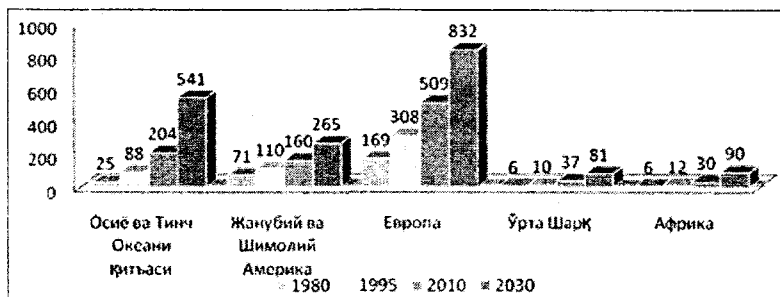
**1.12.-расм. Халқаро ташриф буюрувчиларнинг қитъалар бўйича улуши (2010 йил ва 2030 йил)<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> World Tourism Organization. (2011). Tourism towards 2030: Global overview. General Assembly 19<sup>th</sup> Session. Gyeongju, Republic of Korea.

эйтироф этиш мумкин. Мутлақ кўрсаткичларда 2015 йилда халқаро ташриф буюрувчиларнинг 51,2 фоизи – Европа, 23,5 – Осиё ва Тинч океани, 16,2 – Америка, 4,5 – Ўрта Шарқ, қолган 4,5 фоизи эса Африка мамлакатлари ҳисоби-га тўғри келди. Нисбий кўрсаткичларда эса, энг юқори ўсиш-га Америка қитъалари (6%) эришган бўлса, ундан кейинги ўсиш суръатлари Осиё ва Тинч океани минтақаси (5,6%) ва Европада (4,7%) кузатилди.

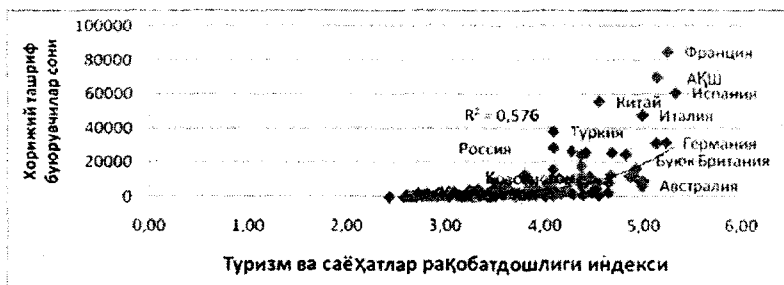
ЮНВТО Осиё ва Тинч океани қитъасининг халқаро ту-ризмда ўсишида кузатилаётган юқори ўсиш суръатлари ке-лажакда ҳам сақланиб қолишини прогноз қилмоқда, ушбу минтақанинг халқаро туризмдаги улуши 2030 йилда 2010 йилдагига нисбатан 8% га ортиши ҳамда 30% га етиши (1.12.-расм) кутилмоқда.

Осиё ва Тинч океани минтақаси чиқиш туризми бўйича ҳам катта салоҳиятга эга деб ҳисобланмоқда, ЮНВТОнинг прог-нозларига асосан, бу ҳудуд 2030 йилга келиб 531 млн. нафардан иборат саёҳат манбаи (1.13.-расм) бўлиб хизмат қилади.

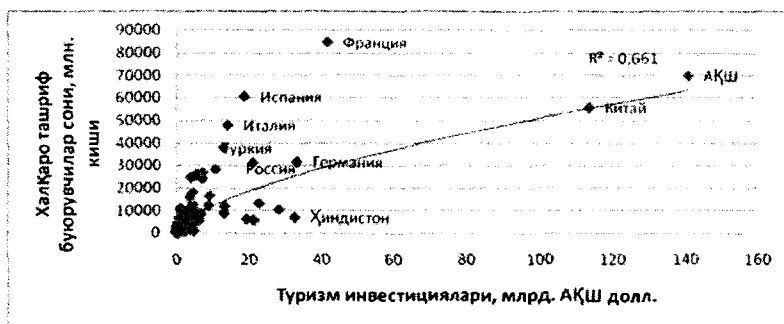


1.13.-расм. Чиқиш туризми манбаларининг қитъалар бўйича ўсиши (млн. киши)

Халқаро туризм оқимларининг ўсишида миллий туризм рақобатбардошлиги ҳамда туризм соҳасига инвестициялар аҳамиятининг ортиб бораётганлигини алоҳида таъкидлаш лозим. Буни 1.14, 1.15.-расмларда келтирилган скаттер-диаг-раммаларда ҳам кўриш мумкин.



**1.14.-расм. Халқаро ташриф буюрувчилар сони ва туризм рақобатбардошлиги индексининг ўзаро алоқадорлиги<sup>1</sup>**



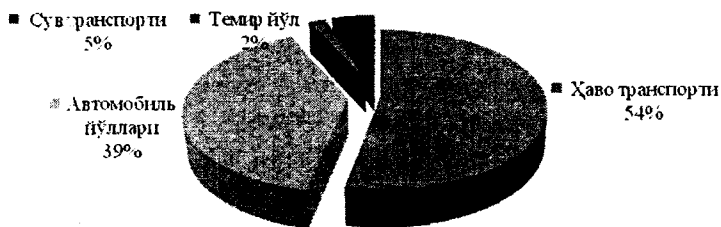
**1.15.-расм. Халқаро ташриф буюрувчилар сони ва туризм инвестицияларининг ўзаро алоқадорлиги**

Туристлик оқимларнинг ўсиши ва инвестициялар орасидаги кучли алоқадорлик туризм ҳажми ва туристик хизматлар инфратузилмаси ҳамоҳанг ўсиши лозимлиги билан асосланади. Статистик маълумотларга қараганда, Иқтисодий Ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилотига (ОЭСР) аъзо давлатларда 2008-2012 йиллар мобайнида меҳмонхона фонди йиллик ўртача 2,7% га ўсган. Мазкур кўрсаткич Япония, Туркия, Чили ва Польша давлатларида жуда тез суръатларда юксалди. ОЭСРга таркибига кирмаган Россия ва Ҳиндистонда ҳам меҳмонхона ўринлари сезиларли даражада ошди. Бироқ, бу дав-

<sup>1</sup> Муаллиф ишланмаси.

латлар 1000 кишига тўғри келувчи меҳмонхона ўринлари сони бўйича ОЭСР давлатларидан ҳануз ортда қолмоқда.

Туризмга дахлдор муҳим тенденциялардан яна бири, халқаро йўловчи ташувларида ҳаво транспорти аҳамиятининг ўсиб боришидир. ЮНВТО маълумотларига кўра, сайёҳларнинг аксарияти ўз манзилларига ҳаво транспорти (54%), автомобиль транспорти (39%), темир йўл (2%) ва сув транспорти (5%) воситасида ҳаракатланади (1.16.-расм). Ҳаво транспортига талабнинг ўсиш суръатлари бошқа транспорт турларига нисбатан юқори даражада сақланиб қолаётгани сабабли, халқаро йўловчи ташувларида ҳаво транспортининг улуши ортиб бормоқда ва ушбу тенденция узоқ муддатли келажакда ҳам сақланиб қолиши кутилмоқда.



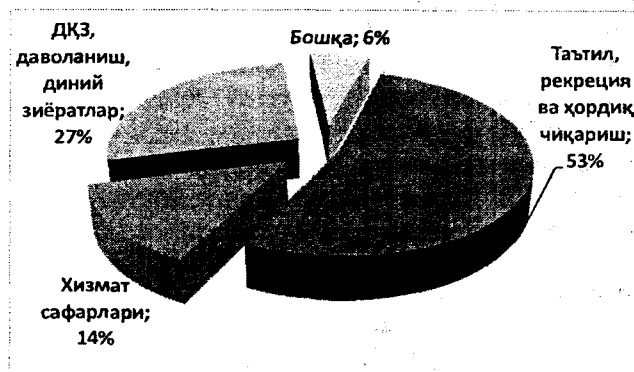
**1.16.-расм. Халқаро ташриф буюрувчилар фойдаланган транспорт турлари улуши, 2015 йил<sup>1</sup>**

Туризм бўйича халқаро экспертлар хулосасига кўра, халқаро туризм бозорининг «Таътил, рекреация ва ҳордиқ чиқариш» сегментида талаб ўсишида барқарорлик узоқ муддатли келажакда ҳам сақланиб қолади. Халқаро ташриф буюрувчиларнинг дунё бўйлаб саёҳати мақсадлари ўрганилганда, сайёҳларнинг 53 % «Таътил, рекреация ва ҳордиқ чиқариш» мақсади, 14 % «хизмат сафари ва бошқа профессионал» мақсадлар, 27% «дўст ва қариндошларидан хабар олиш» (ДҚЗ), диний зиёратлар, даволаниш нияти билан ва

<sup>1</sup> World Tourism Organization. (2016). UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.



яна 7% бошқа сабаблар билан (1.17.-расм) саёхатга чиққанлиги аниқланган ва бозорнинг мазкур сегментлари орасида «Таътил, рекреация ва ҳордиқ чиқариш» сегментининг юқори ўсиш суръатлари бир неча йиллардан буён сақланиб келаётганлиги эътироф этилган.



1.17.-расм. Халқаро ташриф буюрувчилар саёҳати мақсадларига кўра улуши

Халқаро туризм бозорида рўй бераётган тенденциялар деярли барча мамлакатларнинг туризм тизимларига ўз таъсирини ўтказмоқда. Шундан келиб чиқиб, улар туризм ресурсларидан фойдаланиш рақобатбардошлиги ва самардорлиги юқори бўлган туризм сиёсатини ишлаб чиқишга алоҳида эътибор қаратмоқдалар. Сўнгги даврларда ҳукм сураётган мураккаб ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий муҳит шароитида туризмни ривожлантиришга қаратилган ўрта ва узоқ муддатли стратегияларни белгилаб олиш ва амалиётга киритиш зарурияти янада ошди. Натижада, 1999 – 2016 йиллар давомида 70 дан ортиқ давлат миллий туризмни ривожлантириш стратегияси ёки бош режаларини (1-илова), 30 дан кўпроқ мамлакат эса миллий туризм маркетинг режаларини ишлаб чиқди ва қабул қилди (2-илова). Эътиборлиси шундаки, аввал ҳам таъкидланганидек, бундай бош режаларни ишлаб чиқиш амалиёти

1979 йилда Швейцарияда бошланиб, 1999 йилда Африка ва Марказий Америка давлатларида, 2005 йилдан эътиборан АҚШ, Австрия, Корея Республикаси сингари мамлакатларда давом эттирилди.

Хавфсизлик глобал туризм учун энг муҳим масалалар қаторида тилга олинаётгани қабул қилинган стратегияларда ҳам ўз аксини топмоқда. Умумий ҳолда, саёҳат учун хавфхатарлар шартли равишда: жиноят, соғлиқ, маҳаллий саёҳат билан боғлиқ хатарлар, табиий офатлар ҳамда сиёсий вазият гуруҳларига бўлинади<sup>1</sup>. Сўнгги йилларда қатор машҳур туристик дестинацияларда беқарор сиёсий вазиятлар туфайли туристик оқимлар интенсивлиги камайди, айниқса, «араб баҳори» тўлқинлари кенг ёйилган мамлакатларда, шунингдек, 2015–2016 йилларда Миср, Тунис, Туркия ва Россияда содир этилган хунрезлик, қўпуровчилик ва террорчилик ҳаракатлари, хусусан, ҳарбий ва йўловчи ташиш ҳаво кемаларининг ҳалокатига боғлиқ низолар туфайли туризм соҳаси жиддий талофат кўрди. Бундай вазиятда, сиёсий барқарорликни таъминлаш ва халқаро терроризм ёйилишига қарши самарали муҳит ташкил этиш, миллий туризмни ривожлантириш масалаларида ниҳоятда муҳим роль ўйнайди. Айниқса, меҳмонхоналар, аэропортлар, темир йўл ва автобуслар вокзали, стадионлар, транспорт воситалари, савдо ва умумий овқатланиш муассасалари, ўқув юртлари, оммавий дам олиш ва ҳордиқ чиқариш объектлари ва бошқа йўналишларда хавфсизлик ва эҳтиёт чораларини таъминлаш биринчи галдаги устувор ва орқага суриб бўлмас чоратadbирлар жумласига киради.

Маданий ва экологик туризм ривожланишига дунёнинг кўплаб мамлакатларида миллий ва минтақавий туризм сиёсатининг муҳим элементи сифатида қаралиб, ҳукумат томонидан қўллаб-қувватлаш ортиб бормоқда. Жаҳон туризм ташкилоти ҳисоботларига кўра, глобал туризмнинг қарийб

---

<sup>1</sup> Mansfeld, Y. & Pizam, A. (Eds.). (2011). *Tourism, security and safety: from theory to practice*. Taylor & Francis.

37% айнан маданий туризм ҳиссасига тўғри келади. Бундан ташқари, унинг ўсиш суръатлари йилига 15% ни ташкил этади. Умуман олганда, музей ва археологик қазилмаларда топилган моддий маданият ва халқнинг яшаш тарзи кўри-нишидаги номоддий маданият ресурсларидан баҳраманд бўлиш — халқаро туризм бозорининг салмоқли улушини эгаллайди<sup>1</sup>.

Агар, туризм бозоридаги йиллик умумий ўсиш суръатла-ри 4-5% ни ташкил этса, экотуризм сегментидаги ўсиш 20-30% га етиб боради. Экотуризм бозорида нисбатан яқинда пайдо бўлган Шарқий Европа ва Марказий Осиё давлатла-рига қизиқиш юқорилиги тез-тез таъкидланади. Германия, Япония ва Италия сингари мамлакатлар бу бозорнинг энг йирик истеъмолчилари сифатида эътироф этилади.

*Экзотик туризм учун катта маблағ сарфловчи истеъмол-чиларнинг кўпайиши.* Сайёҳлар, тижоратчилар, савдогарлар, олимлар ва санъаткорларнинг турли ўсимлик ва ҳайвонлар, кўнгилочар томошалар, артефактларга бўлган қизиқиши ва уларнинг асл нусхаларини кўришга бўлган иштиёқи экзо-тик туризм ривожланишида муҳим аҳамиятга эга. Жаҳон иқтисодиётининг тобора ривожланиб бораётганлиги ҳамда кишилар харид қобилиятининг ўсиши бу сегментда талаб-нинг ортиб боришига сабаб бўлмоқда.

Сўнги йиллардаги энг сезиларли тенденциялардан бири, гуруҳ таркибида саёҳат қилишлар сони ўсиши секинлашиб, индивидуал туризм аҳамиятининг ўсиши кузатилмоқда. Энди бугунги замоннинг туристлари ўз саёҳатларини мустақил равиш (оиласи, фарзандлари, ота-онаси, ёр-дўстлари билан бирга)да ташкил этишни афзал кўрмоқдалар. Бундай «ўзгариш» натижасида жаҳон миқёсида туроператорлар хиз-матида бўлган талаб кескин қисқариб бормоқда. Муваффа-қиятли дестинацияларда эса туристлар учун туристик мар-казлар ташкил этилиши, харита, йўриқномалар тарқатили-

<sup>1</sup> Guilfoyle, D., Bennell, B. et al. (2009). Integrating Natural Resource Management and Indigenous Cultural Heritage. *Heritage Management* 2 (2), pp. 149–176.

ши, кўчаларда йўл кўрсатувчи белгилар ўрнатилиши жарани тобора ривожланиб бораётгани кузатилмоқда.

Шундай қилиб, туризм соҳасида кузатилаётган энг муҳим халқаро тенденциялар алоҳида давлатлар ва ҳудудлар туризм сиёсатини белгилашида муҳим аҳамият касб этади. Дестинациялар туризм тенденцияларини ўз стратегик режаларида акс эттиришлари ва уларга муносиб жавоб беришлари орқали жаҳон туризм бозорида жозибадорлигини ва рақобатбардошлигини оширишга эришишларида кўшимча имкониятларга эга бўлишади.

## **I БОБ БЎЙИЧА ХУЛОСАЛАР**

Туризм назарияси ривожланишида тизимли ёндашувнинг тадбиқ этилиши чуқур илмий-назарий аҳамиятга молик ҳодиса, десак айни ҳақиқатни айтган бўламиз. Туризм тизимига доир билимлар йиғилиши ва унинг элементлари табиатини тушунтиришда «рекреация географияси» мактаби вакиллари, Ганн, Лейпер, Милл ва Моррисон сингари тадқиқотчиларнинг алоҳида ҳиссаси борлигини эътироф этмоқ лозим.

Туризмда тизимли ёндашувнинг тадбиқ этилиши туризм ривожланишида жўнатувчи ва қабул қилувчи дестинацияларнинг туризм сиёсати, улар орасидаги ижтимоий-иқтисодий ва маданий алоқалар, атроф-муҳит, туристлар менталитети, табиати ва хусусиятлари, туризм бозори ва маркетинг бўйича чора-тадбирларнинг муҳим ўрнини кўрсатиб берди.

Туризм барқарор ривожланиши нисбатан янги концепция бўлиб, бугунга қадар, уни таърифлаш борасида ягона тўхтамга келинмаган. Тадқиқот доирасида олиб борилган ҳам маҳаллий, ҳам хорижий адабиётни ўрганиш давомида рақобатбардошлик туризм ривожланиши самарадорлигини қисқа ва ўрта муддатли (яъни чегараланган) даврдаги динамикасини белгиласа, барқарорлик узоқ муддатли даврдаги чексиз давом этувчи ривожланишни назарда тутди, деган

хулосага келинди. Рақобатбардошлик барқарорлик асосини ташкил этади.

Барқарор ривожланишни таъминлаш узоқ муддатга мўлжалланган стратегик режалар асосида изчил ислоҳотлар амалга оширилишини талаб қилади. Жаҳон тажрибасига асосланиб, Ўзбекистонда туризмни барқарор ривожлантиришнинг узоқ муддатга мўлжалланган миллий дастурини ишлаб чиқиш ва дастурдаги барча босқичларини тегишли ҳисоб-китоблар ёрдамида режалаштириш юқори заруриятга эга деган хулосага келдик.

Туризмни узоқ муддатли даврда барқарор ривожланиш дастурини ишлаб чиқишда унинг ижтимоий, иқтисодий ва экологик жиҳатдан бевосита ва билвосита таъсирининг макроиқтисодий жиҳатларига чуқур эътибор қаратиш лозим. Туризмнинг мамлакат миқёсидаги иқтисодиётга бевосита таъсири Туризм Ёрдамчи Ҳисобида акс эттирилади.

Туризм ривожланишида шаклланган узоқ муддатли тенденциялар таҳлиллари жаҳон туризм бозорида Ўзбекистон Республикасининг туристик маҳсулотини тарғиб этиш учун жуда қулай шарт-шароитлар юзага келганини ва имкониятлар доираси кенгайганини кўрсатди.

Ўзбекистон ҳукумати туризм хизматларини ривожлантириш миллий дастурини ишлаб чиқишда мана шу тенденцияларни эътиборга олиш орқали жаҳон туризм бозорида юртимиз жозибadorлигини тўлақонли тақдим қилиши ва босқичма-босқич бу соҳанинг рақобатбардошлигини оширишга эришишини тўлиқ ишонамиз.

---

---

## II. ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИНИ ПРОГНОЗЛАШТИРИШНИНГ УСЛУБИЙ МАСАЛАЛАРИ

### 2.1. Туризм ривожланишини прогнозлаштиришдаги услубий ёндашувлар

Дестинацияда кутилаётган туризм талабини ўлчаш, туризм ривожланишини режалаштириш ва тартибга солишда прогнозлаштириш муҳим аҳамиятга эга ҳисобланади. Шу боис, прогнозлаштириш туризм иқтисодиётига алоқадор кўпчиликнинг эътиборини жалб этувчи мавзу эканлиги табиийдир<sup>1</sup>. Туризм соҳасида прогнозлаштиришга бағишланган биринчи эмпирик тадқиқот Х.В. Гутри<sup>2</sup> томонидан 1961 йилда амалга оширилгандан сўнг, бундай тадқиқотларни А.С. Геракис<sup>3</sup>, Л.Ж. Кремптон<sup>4</sup> давом эттирдилар. Ўтган ярим аср давомида ушбу соҳада кўплаб прогнозлаштириш моделлари ишлаб чиқилди. Туризм тадқиқотларининг ривожланишида мавзулар доираси кенглиги, чуқур назарий асосларга эгаллиги ҳамда энг илғор тадқиқот услубларининг қўлланилиши катта амалий аҳамият касб этди<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Meria V.A., Chirita S. (2010). Forecasting in tourism – important component of the planning process. Romanian Economic and Business Review – Vol.5, No.1, pp.182-187.

<sup>2</sup> Guthrie, H.W.(1961). Demand for tourists' goods and services in a world market. Papers and Proceedings of the Regional Science Association, 7, pp. 159–175.

<sup>3</sup> Gerakis, A.S. (1965). 'Effects of Exchange-Rate Devaluations and Revaluations on Receipts from Tourism', International Monetary Fund Staff Papers 12, pp. 365-384.

<sup>4</sup> Crampton L.-J. The gravitation model. A tool for travel market analyses. - Revue du tourisme, 1965, 20, № 3.

<sup>5</sup> Li, G., Song, H., & Witt, S. F. (2005). Recent developments in econometric modeling and forecasting. Journal of Travel Research, 44, pp.82-99.

Европа ва Шимолий Америка давлатлари туризм иқтисодиётига доир дастлабки эмпирик тадқиқотлар марказида бўлди. 1990 йилларга келиб эса, олимлар туризм жадал ривожланиб бораётган Осиё, Австралия ва Африка қитъаларини ҳам кенг тадқиқ эта бошладилар. Алоҳида таъкидлаш лозимки, Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги давлатлари миқёсида туризм соҳаси бўйича миқдорий услубларга асосланган таҳлиллар нисбатан яқин даврлардан бошлаб қўлланила бошлади. Бунинг объектив сабабларига режалаштирилган иқтисодиётда замонавий прогнозлаштириш амалиётининг қўлланилмаганлиги ва яқин даврларда ҳам зарур статистик маълумотлар базасининг мавжуд бўлмаганлиги деб кўрсатиш мумкин.

Туризм ривожланишини прогнозлаштиришда талаб ва таклиф таҳлилларига катта эътибор қаратилади. Туризм талаби, аксарият ҳолларда, ташриф буюрувчилар сони ва туризм харажатлари (тушумлари) воситасида ифодаланади<sup>1</sup>. Туризм статистикасининг такомиллашуви билан туризм талаби туристлар тунаши кечалари сони билан ҳам ўлчанаётганига гувоҳ бўлиш мумкин<sup>2</sup>.

Туризм талабининг прогнозлаштириладиган элементлари «ўзгарувчи»лар дейилади, чунки уларнинг миқдори замон ва маконда ўзгаради. Прогнозлаштиришнинг моҳияти шундаки, бу ўзгарувчилар бошқа омилларга (булар ҳам ўзгарувчилар) боғлиқ бўлиб, улар орасида изчил алоқадорлик прогнозлаштириш имконини беради<sup>3</sup>.

Прогноз қилинаётган ўзгарувчи «тобе ўзгарувчи», унинг қийматини аниқлашда қўлланиладиган ўзгарувчилар эса «мустақил ўзгарувчи»лар дейилади. Туризм бўйича амалий

---

<sup>1</sup> Song, H., & Witt, S. F. (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*. Oxford: Pergamon.

<sup>2</sup> Song, H., & Li, G. (2008). *Tourism demand modelling and forecasting – A review of recent research*, *Tourism Management*, 29, pp.203-220.

<sup>3</sup> Drakopoulos, G. (2011). *Handbook on Tourism Forecasting Methodologies*. [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)

тадқиқотларда энг кўп қўлланиладиган тобе ва мустақил ўзгарувчилар қуйида (2.1.-жадвал) келтирилган.

2.1.-жадвал

**Туризмни прогнозлаштиришда қўлланиладиган ўзгарувчилар<sup>1</sup>**

| Тобе ўзгарувчи                                | Мустақил ўзгарувчилар   |
|---|-------------------------|
| Жами туристлар сони                           | Вақт бўйича             |
| Халқаро туристлар сони                        | Иқтисодий кўрсаткичлар  |
| Маҳаллий туристлар сони                       | Демографик кўрсаткичлар |
| Тунаб қолишлар сони                           | Саёҳат баҳоси           |
| Бир кунлик меҳмонлар                          | Туристтик солиқлар      |
| Туристтик харажатлар                          | Иқлим                   |
| Туризмнинг ЯИМда улуши                        |                         |
| Жойлаштириш муассасаларининг бандлик даражаси |                         |

Манба: [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)

Прогноз услублари электрон жадваллар ёрдамида амалга ошириладиган оддий математик усуллардан тортиб, махсус дастурий таъминотни талаб қиладиган мураккаб услубларигача қамраб олади. Услубларда фойдаланиладиган воситалар хусусиятларига қараб, уларни шартли равишда миқдорий, сифат ва қўшма услублар гуруҳларига бўлиш мумкин<sup>1</sup> (2.2.-жадвалга қаранг).

Биринчи гуруҳ услублари миқдорий услублар бўлиб, улар ўз навбатида, *Даврий қаторлар, эконометрик ҳамда бошқа миқдорий услубларга* ажратилади.

<sup>1</sup> Song, H., & Turner, L. (2006). Tourism demand forecasting. in L. Dwyer, & P. Forsyth, (Eds.) International Handbook on the Economics of Tourism. Cheltenham: Edward Elgar.



**Туризмни прогнолаштириш услублари туркумлари<sup>1</sup>**

| Гуруҳлар            | Турлар                    | Мисоллар   |
|---------------------|---------------------------|--|
| Миқдорий услублар   | Даврий қаторлар моделлари | AR, MA, ARMA, ARIMA, Экспоненциал текислаш, Базавий даврий қаторлар модели ва бошқалар |
|                     | Эконометрик моделлар      | ADLM, CI, ECM  |
|                     |                           | TVP  |
|                     |                           | VAR  |
|                     |                           | AIDS   |
|                     |                           | Панель маълумотлари  |
|                     |                           | Баҳолаш усули  |
|                     | Бошқа миқдорий моделлар   | ANN  |
|                     |                           | Тахминий тўплам ёндашуви   |
|                     |                           | Ноаниқ даврий қаторлар   |
|                     |                           | Генетик алгоритмлар  |
|                     | Бошқалар                  |  |
|                     | Сифат услублари гуруҳи    | Делфи усули  |
| Сценарий тузиш      |                           |  |
| Ҳакамлар фикри      |                           |  |
| Сўровлар усули      |                           |  |
| Номинал гуруҳ усули |                           |  |
| Ҳукм услублари      | Экспертлар фикри          |  |
|                     | Ҳукм воситасидаги усуллар | Морфологик таҳлил, ўзаро таъсир таҳлили, мослик дарахтлари, субъектив-объектив усул    |
|                     | Бошқалар                  |  |
| Қўшма услублар      | Миқдорий + Миқдорий       |  |
|                     | Сифат + Сифат             |  |
|                     | Миқдорий + Сифат          |  |

<sup>1</sup> Drakopoulos, G. (2011). Handbook on tourism forecasting methodologies. Retrieved from [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

Туризм талабини прогноллаштиришда миқдорий моделлар алоҳида ўрин тутати. Шу сабабли, даврий қаторлар ва эконометрик моделлар ҳамда уларга алоқадор бўлган масалалар — саёҳатнинг бошланғич макони ва дестинация, туризм талаби ўлчови, тавсифловчи ўзгарувчилар, функционал шакллар, модел спецификацияси ва баҳолаш, таххис тестлари, эластиклик кабиларга асосий эътиборни қаратамиз.

Даврий қаторлар — бирон бир ўзгарувчининг маълум даврий оралиқдаги қийматлари кетма-кетлиги бўлиб, прогноллаштиришда ана шу кетма-кетликдаги қийматларни экстраполяция<sup>1</sup> қилиш усули қўлланади. Эконометрик усуллар эса туризм талаби ва бошқа омиллар орасидаги математик боғлиқликдан фойдаланиб, келажакни прогноз қилади, илмий адабиётда уларни яна алоқадорлик усуллари ҳам деб юритилади.

Кундалик ҳаётда кутилмаган воқеалар содир бўлиб туриши туфайли математик усулларни қўллаш йўли билан аниқланган прогнозлар ҳар доим ҳам тўғри бўлиб чиқмайди. Бундай ҳолатларда прогноллаштиришнинг «сифат усуллари»дан таркиб топган иккинчи гуруҳ усуллари қўлланилади. Зеро, ҳакамлар ва экспертлар фикри каби «сифат усуллари»дан фойдаланиш жаҳон иқтисодиётидаги ўзгаришлар ёки терроризм ҳодисалари сингари кутилмаган ҳолатлар хавф-хатарларини баҳолашда самарали ҳисобланади. Бироқ, туризмда миқдорий ўлчамларга бўлган эҳтиёж катта бўлгани боис, тадқиқотлар мақсадига қараб, бир вақтнинг ўзида ҳам миқдорий, ҳам сифат усулларида фойдаланиш мумкин.

Қуйида ҳар бир гуруҳ бўйича туризмда кенг тадбиқ этиб келинаётган услубларни кўриб чиқамиз:

**Даврий қаторлар моделлари.** Кейинги қарийб эллик йил давомида олиб борилган тадқиқотларда олимлар томонидан даврий қаторлардан фойдаланиш устунлиги яққол кўзга ташланади. Даврий қаторлар моделлари тобе ўзгарувчи ди-

---

<sup>1</sup> Экстраполяция — кўрсаткичларнинг ўтган даврлардаги ўзгариш тенденциялари ахборотларидан фойдаланиб истиқболдаги қийматларини аниқлаш усули.

намикасини унинг ўз тарихий қийматлари ҳамда тасодифий тебранишлар элементиға таянган ҳолда прогноз қилади. Бунда асосий эътибор даврий қаторларнинг тарихий тенденцияси ва қонуниятлари (мавсумийлик каби)ға қаратилади. Бундай моделлар ўзгарувчининг тарихий қийматларигагина таяниши туфайли маълумотларни жамлаш нисбатан осонроқ ва арзонроқдир.

Даврий қаторлар моделлари орасида энг кўп қўлланилгани Бокс ва Женкинс<sup>1</sup> томонидан таклиф этилган ARIMA (Integrated Autoregressive Moving Average Model)<sup>2</sup> моделидир. Бу модель ўзида авторегрессияли (AR) ва ўртача ҳаракатланувчи (MA) моделларини бирлаштиради. Даврий қаторларнинг оралиқ (ой, чорак, йил) хусусиятларига қараб оддий ARIMA ёки мавсумийликни эътиборга оладиган SARIMA (Seasonal Integrated Autoregressive Moving Average Model)<sup>3</sup> модели қўлланилиши мумкин. SARIMA моделида мавсумий тебранишлар таъсири эътиборга олиниши сабабли прогнозлаштириш аниқлиги ARIMA моделиға нисбатан юқорироқ бўлади.

Бироқ, маълумотлар стационар<sup>4</sup> бўлмаган ҳолларда, ушбу моделларнинг прогнозлаштириш қобилиятини юқори деб бўлмайди. ARIMA/SARIMA моделлари амалиётда қўлланилганда, баъзи ҳолларда бир-бириға зид натижалар олинганлиги, прогноз баҳоларида номувофиқликлар пайдо бўлгани ҳам маълум. Шунга қарамасдан, ARIMA модели бошқа иккита муқобил Даврий қатор моделларига қараганда ҳаммаша аниқроқ натижа бергани қайд этилган<sup>5</sup>. Ўз навбатида, Хитойлик тадқиқотчилар Го ва Ло ҳам SARIMA моделининг ARIMA модели ва бошқа 8 хил даврий қатор моделла-

<sup>1</sup> Box, G. E. P., and Jenkins, G. M. (1970). *Time Series Analysis, Forecasting and Control*. San Francisco: Holden Day.

<sup>2</sup> Интеграллашган ўртача ҳаракатланувчи авторегрессияли модели

<sup>3</sup> Мавсумий Интеграллашган ўртача ҳаракатланувчи авторегрессияли модели.

<sup>4</sup> Стационар — муқим, кўчмас, турғун.

<sup>5</sup> Cho, V. (2001). *Tourism forecasting and its relationship with leading economic indicators*. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 25, pp.399-420

ридан устунлигини кўрсатди<sup>1</sup>. Бироқ Австралиялик олимлар Смерал ва Вугер энг оддий Naive 1 моделининг ARIMA ва SARIMA моделларидан устунлигини амалиётда тасдиқлади<sup>2</sup>. Бундай ҳолат тадқиқотчиларни даврий қаторлар моделларининг муқобил ёндашувларини қўллашига олиб келди. Ушбу йўналишдаги уринишлардан бири сифатида бир ўзгарувчи қатнашган даврий қатор моделларини кўп ўзгарувчи моделларга кенгайтириш орқали бажарилишини кўрсатиш мумкин.

Туризм талаби таҳлилида бир ўзгарувчи даврий қаторнинг яна бир кенгайтирилган кўриниши Умумий авторегрессив шартли хетероскедастик (GARCH – General Autoregressive conditional heteroskedasticity) моделини қўллашдир. GARCH моделлари асосан молиявий моделлаштиришда тадбиқ этилган. Чан ва бошқа тадқиқотчилар туризм талаби ўзгарувчанлигини ва турли омиллар таъсирини текширишга кўп ўзгарувчи учта GARCH моделларини қўллаб, Австралия туризм талабига тўртта кирувчи бозорлардаги шартли вариация қандай таъсир қилишини аниқладилар<sup>3</sup>.

2000 йиллардан кейин пайдо бўлган Naive 1 (ўзгаришсиз), Naive 2 (мунтазам ўсувчи), экспоненциал текислаш моделлари ва оддий авторегрессив моделлар прогнозлаштиришдаги аниқлик даражасини текшириш учун қўлланади.

**Эконометрик моделлар.** Эконометрик ёндашувларнинг Даврий қатор моделларидан асосий устунлиги сифатида туризм талаби билан унга таъсир этувчи омиллар орасидаги алоқадорликни таҳлил қилиш имкониятини келтириш мумкин<sup>4</sup>. Америкалик олимлар Клементс ва Хендри таъкидла-

<sup>1</sup>Goh, C., and Law, R. (2002). Modeling and forecasting tourism demand for arrivals with stochastic nonstationary seasonality and intervention. *Tourism Management*, 23, pp.499-510.

<sup>2</sup>Smeral, E., and Wuger, M. (2005). Does complexity matter? Methods for improving forecasting accuracy in tourism: The case of Australia. *Journal of Travel Research*, 44, pp.100-110.

<sup>3</sup>Chan, F., Lim, C., and McAleer, M. (2005). Modelling multivariate international tourism demand and volatility. *Tourism Management*, 26, pp.459-471.

<sup>4</sup>Drakopoulos, G. (2011). *Handbook on Tourism Forecasting Methodologies*. [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)

ганидек, «эконометрик таҳлил – прогнозлаштириш востаси бўлибгина қолмай, кўллаб бошқа фойдали вазифаларни бажаради; масалан, бундай моделлар иқтисодиёт қандай ишлашини тушунтирувчи мавжуд эмпирик ва назарий билимларни умумлаштиради, прогрессив тадқиқот стратегияси асосини ташкил этади ва ўз хатоларини тушунтиришга ёрдам беради»<sup>1</sup>. Шу сабабли, туризм талабидаги ўзгаришларни иқтисодий нуқтаи назардан кўриб чиқишда, уни тартибга солишдаги чора-тадбирларни асослашда, шунингдек, ушбу чора-тадбирлар самарадорлигини баҳолашда эконометрик таҳлилларнинг аҳамияти юқоридир.

Тадқиқотларнинг кўрсатишича, туристлар даромади, танланган дестинациядаги туристик хизмат ва маҳсулотлар баҳосининг чиқиш давлатидаги баҳоларга нисбати, рақобатдош дестинациялардаги туризм нархлари ва валюта курслари туризм талабининг энг муҳим детерминантларидир. Бу хулоса, Массидо, Этзо<sup>2</sup>, Дивисикира<sup>3</sup> каби бошқа ғарб олимлари томонидан ҳам кўллаб қувватланади.

Бироқ, эконометрик услублар ҳам бир қанча фаразларга таяниши сабабли, баъзан, регрессиялар<sup>4</sup> хато натижаларга олиб келиши мумкин. Шу ўринда таъкидлаш лозимки, оддий энг кичик квадратлар усулига асосланган аъъанавий регрессияли таҳлилларда учраб турадиган бундай камчиликларни тузатиш йўли билан туризм соҳасини моделлаштириш ва прогнозлаштиришда муҳим ишлар амалга оширилди. Бугунги кунда Авторегрессив тақсимланган лаг модели (ADLM – Autoregressive Distributed Lag Model), Хатоликни тузатиш модели (ECM – error correction model), Вектор авторегрессив модели (VAR – Vector Autoregressive Model),

<sup>1</sup> Clements, M. P., and Hendry, D. F. (1997). An empirical study of seasonal unit roots in forecasting. *International Journal of Forecasting*, 13, pp.341-355.

<sup>2</sup> Massido C., Etzo I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33, pp. 603-612.

<sup>3</sup> Divisekera, S. (2003). A model of demand for international tourism. *Annals of tourism research*, 30(1), pp.31-49.

<sup>4</sup> Ўзгарувчилар орасидаги боғлиқликни баҳоловчи статистик жараён.

Ностационар параметр (TVP – time varying parameter), Коинтеграция (CI – Cointegration), Гравитация (GraM – Gravitation Model), Деярли мукамал талаб тизими (AIDS – Almost Ideal Demand System), Тенгламалар тизими (SEM – System-of-equations Models), алоқадорликлик ўзгарувчиларига эга Структуравий даврий қаторлар (STSM – Structural Time Series models) моделлари туризмни прогностлаштириш адабиётида асосий услублар сифатида қўлланилмоқда<sup>1</sup>.

VAR ва ECM моделларидан ташқари юқорида санаб ўтилган моделларнинг барчаси «бир тенгламали моделлаштириш» ёндашуви сифатида танилган бўлиб, моделдаги барча мустақил ўзгарувчилар экзоген бўлиши шарт. VAR ва ECM моделлари эса, аксинча, барча ўзгарувчиларни эндоген ҳисоблаб, уларни ҳар бирини бошқалари билан чизиқли боғлиқлигини кўрсатади.

Туризмни прогностлаштиришга доир энг сўнгги амалий тадқиқотларни ўрганиб чиқарқанмиз, TVP ва STSM моделлари қисқа муддатга мўлжалланган прогностларда энг маъқул услуб дея таъкидланади. Узоқ муддатли прогностларда эса энг илғор услуб сифатида TVP моделининг бошқа алоқадорлик услублари билан бирлашган турлари кўрсатилади. Бундай услублар сифатида TVP-ECM ёки TVP ва CI моделларини мисол қилиш мумкин.

### ***Статик эконометрик моделлар.***

Статик эконометрик моделлар туркумига анъанавий регрессия усуллари, гравитация ва AIDS (Деярли мукамал статик талаб тизими) моделлари киради. Бу моделларни статик деб аталишига сабаб шуки, кузатувлар объектларнинг ихтиёрий бир вақтдаги ҳолати тўғрисидаги маълумотлардан ташкил топади. Масалан, Ўзбекистондаги меҳмонхоналар фаолиятини статик моделлаштириш учун республикадаги ҳар бир меҳмонхона бўйича 2015 йилдаги жой сони, тунаганлар сони, хизматлар баҳоси ва ҳоказолар тўғрисидаги ахборот тўпламидан фойдаланилади.

<sup>1</sup> Li, G. (2009). Tourism demand modeling and forecasting: a review of literature related to Greater China. *Journal of China Tourism Research*, 5, pp. 2-40.

Ғарб олимлари Детон ва Муэлбауер<sup>1</sup> томонидан ишлаб чиқилган AIDS, туризм талаби таҳлилларида нисбатан яқиндан бери қўлланилмоқда<sup>2</sup>. Ягона тенгламали эконометрик моделлардан фарқли равишда AIDS модели туризм манбаи жойлашган бозорда бир неча қўшни рақобатчи дестинациялардаги туризм талабини тенгламалар тизими орқали аниқлаш имконини яратади. Ушбу услубнинг ягона тенгламали услублардан эластиклик таҳлиллари, ўрганилаётган дестинацияларнинг ўрнини босувчи ва тўлдирувчи таъсирларини баҳолаш имкониятлари кенгроқдир. Туризмда AIDS модели дастлаб 1980–2000 йилларда атиги 5 та, кейинги 2001–2006 йилларда эса 11 та амалий тадқиқотда қўлланган<sup>3</sup>. Гонконг Политехника институти профессори Х.Сонг мазкур моделдан келажакда дестинациялар рақобатбардошлигини ўрганишда фойдаланиш мумкин, дея ҳисоблайди.

*Гравитация (GrM) модели* ҳудудий иқтисодий таҳлилда кенг қўлланиладиган ёндашувдир. Гравитация моделининг номи масофа, аҳоли ҳажми каби кўрсаткичларнинг туризм талабига таъсирини аниқланишига қаратилганидан келиб чиққан, унинг амалий аҳамияти эса Хекшер-Олин назарияси, давлатлараро технологик тафовутлар модели ҳамда халқаро савдонинг бошқа назариялари томонидан тасдиқланган.

Гравитация модели туризм тизими табиатини миқдорий ифодаси учун энг мақбул услуб, икки географик нуқта ёки аҳоли ўртасидаги ўзаро алоқа даражасини прогнозлаштиришга мўлжалланган математик ифода деб қабул қилинган<sup>4</sup>. Масалан, Гил-Парей, Р.Ллорка-Виверо, Ж.Мартинез-

---

<sup>1</sup> Deaton, A. S., and Muellbauer, J. (1980). An almost ideal demand system. *American Economic Review*, 70, pp. 312-326.

<sup>2</sup> Wu, D.,C., Song, H. and Li, G. (208). Analysis of Tourist Expenditure in Hong Kong Using Dynamic AIDS Model. *Tourism and Hospitality Research, Training and Practice*; 230

<sup>3</sup> Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting—A review of recent research, *Tourism Management*, 29, pp.203-220.

<sup>4</sup> Webster, E., Patton, G.,S., Zech, C.,E.(2000). A Gravity Model Analysis of the Effect of Regional Policies to Attract Foreign Tourists.*Journal of Applied Business Research*.Vol.9, 2.

Серрано<sup>1</sup>, Ли ва Сонглар<sup>2</sup> гравитация тенгламаларидан халқаро туризм оқимлари ҳажмини тушунтиришда фойдаланишган. Гуо<sup>3</sup> гравитация модели воситасида Хитойга кириш туризми талабини таҳлил қилган. Хадару ва Ситана<sup>4</sup> эса ушбу моделдан туристик оқимларга транспорт инфратузилмаси таъсирини баҳолашда фойдаланган.

Статик эконометрик моделларнинг асосий устунликлари сифатида маълумотлар базасида кўп йилларни қамраб олувчи даврларни талаб қилинмаслиги, ўртача қийматлардан фойдаланиш эвазига даврий тебранишлар таъсирини бартараф этилиши кабилар кўрсатилади. Барча статик эконометрик моделларда танланма ҳажми, кўпинча, 40 тадан катта бўлиши тавсия этилади. Бундай моделлар мустақил ўзгарувчилар эластиклигини аниқлашда узоқ йиллар мобайнидаги кузатувлар талаб қилинмаслиги каби устунликларга эгадир. Бироқ, бу моделлар узоқ муддатли коинтеграция ва қисқа муддатли динамикани эътиборга олмагани боис, уларнинг туризм талабини прогнозлаштиришда ишончлилиги заиф ҳисобланади<sup>5</sup>. Бундан ташқари статик моделлар сайёҳларнинг вақт ўтиши билан ўзгарувчан хоҳиш-истаклари каби нозик томонларини, шунингдек, туризм талаби эластиклигини ҳам ҳисобга олмайди<sup>6</sup>.

---

<sup>1</sup> Gil-Pareja, S., Llorca-Vivero, R., Martinez-Serrano J., A. (2007). The impact of embassies and consulates on tourism. *Tourism Management*, 28, pp. 355–360.

<sup>2</sup> Li, S. & Song, H. (2013). Economic impacts of visa restrictions on tourism: a case of two events in China. *Annals of Tourism Research*, 43, pp.257–271.

<sup>3</sup> Guo, W. (2007). Inbound tourism: an empirical research based on Gravity Model of international trade. *Tourism Tribune*, 22(3), pp.30–34.

<sup>4</sup> Khadaroo, J., and B. Seetanah 2008 The Role of Transport Infrastructure in International Tourism Development: A Gravity Model Approach. *Tourism Management*, 29, pp.831–840.

<sup>5</sup> Song, H., Witt, S., F., Wong, K., F., Wu, D., C. (2009). An empirical study of forecast combination in tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol.33, 1 pp. 3–29.

<sup>6</sup> Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F., Pírez-Rodríguez, J., & Cortes-Jimenez, I. (2010). Does a common currency promote countries' growth via trade and tourism? *The World Economy*, 33(12), pp.1811–1835.



Панель маълумотларини<sup>1</sup> таҳлил қилиш (PDR – Panel Data Regression models) моделлари статик эконометрик моделларга нисбатан бир қатор устунликларга эга. Ушбу ёндашув ўзида нафақат даврий қаторлар, балки кўндаланг кесим бўйича маълумотларни бирлаштиради, мультиколлинеарлик муаммосини камайтиради ва модель ҳисобларида мустақиллик даражасини оширади. Шу боис, ўзгарувчилар учун кўндаланг кесим маълумотларини йиғиш имкони мавжуд бўлган ҳолатларда панель маълумотлари таҳлили услуби қўлланилади. Сўнги йилларда бу услубдан туризм соҳаси тадқиқотларида ҳам кенг фойдаланилиши кузатилмоқда. 2000 йилдан бошлаб Ледесма-Родригез ва Наварро-Ибанез<sup>2</sup> панель маълумотлари моделини Тенерифеда, Науде ва Сайман<sup>3</sup> Африканинг 43 та давлатида, Ситарам<sup>4</sup> Австралияга кириш туризми талабини моделлаштиришда қўллаганлар.

Тенгламалар тизими модели (SEM) ижтимоий фанлар, менежмент ва бошқа кўплаб соҳаларда кенг қўлланилади. Ўзга анъанавий кўп ўзгарувчили регрессион моделлардан фарқли равишда SEM айна бир вақтдаги тенгламалар тизими модели бўлиб, унда ўзгарувчилар бир-бирига тескари таъсир кўрсатиши мумкин. Ушбу модель 2000 йилдан кейинги даврда туризм соҳасида бир маротаба ишлатилган. Турнер ва Уитт<sup>5</sup> уч хил туризм оқимини (таътил, хиз-

---

<sup>1</sup> Панель маълумотлари – алоҳида шахслар, фирмалар ёки мамлакатлар фаолиятини кузатиш орқали маълум бир давр оралиғида олинган маълумотлар тўплами.

<sup>2</sup> Ledesma-Rodríguez, F.J., Navarro-Ibanez, M., Pérez-Rodríguez, J.V. (2001). Panel data and tourism: a case study of Tenerife. *Tourism Economics* 7 (1), pp. 75-88.

<sup>3</sup> Naude, W. A., & Saayman, A. (2005). Determinants of tourist arrivals in Africa: A panel data regression analysis. *Tourism Economics*, 11(3), pp.365-391.

<sup>4</sup> Seetaram, N. (2010). Use of dynamic panel cointegration approach to model international arrivals to Australia. *Journal of Travel Research*, 49(4), pp. 414-422.

<sup>5</sup> Turner, L.W., and Witt, S.F. (2001). Factors influencing demand for international tourism: Tourism demand analysis using structural equation modelling Revisited. *Tourism Economics*, 7, pp. 21-28.

мат сафари ва дўстларни зиёрат қилиш) мустақил ўзгарувчилар билан боғлиқлигини ўрганган. Х.Сонг ўз рисоласида ушбу услубни келажакдаги тадқиқотларда қўллашни тавсия қилади.

**Бошқа миқдорий моделлар.** Туризм адабиётида даврий қаторлар ва эконометрик моделлардан ташқари бир қанча янги миқдорий услублар, масалан, сунъий интеллект (AI – Artificial Intelligence) услублари вужудга келди. Сўнгги йилларда AI турли фан соҳаларида қўлланилиши кенгайиб келмоқда. Одатда, AI моделлари MATLAB каби мантиқий дастурлаш тизимлари воситасида баҳоланади. AI услубининг энг мақбул томони шундаки, бу усулда қўшимча ёки олдиндан маълумот керак бўлмайди. Энди туризмда қўлланилаётган AI услубларидан баъзиларига тўхталиб ўтамыз.

**Сунъий нейрал тизими (ANN – Artificial Neural Network)** инсон миясида ўрганиш жараёнига имитация қилишга уринувчи ҳисоблаш техникаси дейиш мумкин<sup>1</sup>. ANNнинг номукамал, чизиқли бўлмаган маълумотларга мослашиш қобилияти уни классик регрессияли моделларга муносиб муқобил услуб бўлишига имкон берди. ANN услуби туризмга 1990 йилларнинг охирида кириб келди, 2000 йилдан кейинги тадқиқотларда унинг мукамаллаштирилган шакллари қўлланиши давом этмоқда. Улардан баъзиларини Кон ва Турнернинг ANN услубининг туризмда қўлланиши бўйича шарҳида танишиш мумкин<sup>2</sup>. Эмпирик тадқиқотлар ANN классик даврий қаторлар услублари ҳамда кўп регрессияли моделлардан устунлигини исботлади.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, Бургер ва бошқалар ANN услубининг Naive 1, ARIMA, экспоненциал текислаш<sup>3</sup>,

<sup>1</sup> Law, R., and Au, N. (2000). Relationship modeling in tourism shopping: a decision rules induction approach. *Tourism Management*, 21, pp. 241-249.

<sup>2</sup> Kon, S. C., and Turner W.L. (2005). Neural network forecasting of tourism demand. *Tourism Economics*, 11, pp. 301-328.

<sup>3</sup> экспоненциал текислаш – танланмада аввалги кузатувларга янги кузатувларга нисбатан кам улуш ажратиш йўли билан қисқа муддатли истиқболни прогноزلаштиради.

кўп регрессияли ва генетик регрессияли моделларига қараганда аниқроқ прогнозлар берганини кўрсатди<sup>1</sup>. Шу каби хулосаларни Чо<sup>2</sup> Гонконг, Кон ва Турнер – Сингапур, Клаверия ва Торра<sup>3</sup> Каталония туризм талаби учун ҳам келтирган. Қониқарли прогнозлаштириш қобилиятига қарамасдан, тажрибалар орқали яратиладиган ANN моделлаштириш учун тизимли тартибга эга эмас.

*Тахминий (ялли) тўплам ёндашуви.* Тахминий тўплам назарияси ноаниқ ёки тўлиқ бўлмаган маълумотларни классик тўплам назарияси билан бирлаштириш орқали туркумлаш таҳлилларини олиб боришни ўргатади. Мазкур ёндашув сонли ва сонли бўлмаган ўзгарувчиларнинг аралаш тўпламида мавжуд бўлган боғланишларни моделлаштиришда қарор қабул қилиш услубидир. Туризм талаби таҳлилларида ушбу услубни тадқиқотчилар Ау ва Лов туризм харажатларини таҳлил қилиш орқали фойдаланган<sup>4</sup>. Анъанавий регрессия моделларидан фарқли равишда, тахминий тўплам услуби демографик хусусиятлар каби аниқ ўзгарувчиларга катта эътибор қаратиб, ҳар бир демографик категория учун талаб даражасини прогнозлайди. Шу сабабли, ушбу услуб эконометрик моделлар билан биргаликда туризм талабини микроиқтисодий жиҳатларини ўрганишда қўлланилади.

Қарийб ярим аср давомида савдо ва фискал сиёсатининг мамлакат ижтимоий-иқтисодий ҳолатига кўрсатадиган таъсирини ўлчашда қўлланилиб келинаётган умумий мувозанат (CGE – Computable General Equilibrium) модели, туризм соҳасида кейинги ўн йилликда қўлланила бош-

---

<sup>1</sup> Burger, C., J., Dohnal, M., Kathrada, M., and Law, R. (2001). A practitioners guide to timeseries methods for tourism demand forecasting –A case study of Durban, South Africa. *Tourism Management*, 22, pp. 403-409.

<sup>2</sup> Cho, V. (2003). A comparison of three different approaches to tourist arrival forecasting. *Tourism Management*, 24, pp.323-330.

<sup>3</sup> Claveria, O. and Torra, S. (2014). Forecasting tourism demand to Catalonia: Neural networks vs. time series models. *Economic Modelling*, 36, pp.220-228.

<sup>4</sup> Au, N., and Law, R. (2000). The application of rough sets to sightseeing expenditures. *Journal of Travel Research*, 39, pp. 70-77.

лади. Ўша даврда буни фақат Австралия, Буюк Британия, Канада, АҚШ, Испания давлатларигина амалиётда синаб кўргандилар. Туризм ёрдамчи ҳисобининг кўп давлатлар томонидан тадбиқ этилиши бу борада муҳим ишларни амалга ошириш имконини яратмоқда<sup>1</sup>. CGE модели кўриб чиқиляётган ўзгарувчиларни тавсифловчи тенгламалар тўпламидан ташкил топади. Унинг мақсади талаб, таклиф ва нарх ўзгаришини маҳсулот/хизматлар ҳамда ишлаб чиқариш омиллари учун турли бозорлар мавжуд бўлган умумий иқтисодийёт нуқтаи назаридан асослаб беришга қаратилган<sup>2</sup>.

Туризм ривожланишини прогнозлаштиришда тобе ва мустақил ўзгарувчилар ҳамда услубларнинг кўплиги сабабли, уларда ўтказиляётган тадқиқот талабларига жавоб бера оладиган индикатор ва услубни танлаш ғоятда масъулиятли вазифадир. Бунда, энг аввало, тадқиқотчи ихтиёридаги маълумотлар базасига эътибор қаратиш лозим. Маълумотлар базаси ҳажми ва қамрови қанчалик кенг бўлса, услубларни танлашда имкониятлар шунчалик кенгайди.

Тадқиқотда қўйилган вазифаларни холис ва ишончли прогнозлар воситасида амалга ошириш қуйидаги *2.1.-расм*да келтирилган услублардан фойдаланилади.

Кўрсатилган услубларнинг республикамизда амалий жиҳатдан тадбиқ этилиши туризмни ривожланишини прогнозлаштириш услубиётини такомиллаштиришга ўзининг муносиб ҳиссасини қўшади.

Сўнги 25 йил давомида республикамизда туризм ривожланиши масалаларига бағишланган тадқиқотларда кўп омилли чизиқли ва экспоненциал моделлардан кенг фойдаланилганлигига гувоҳ бўламиз. Бундай моделлар қисқа муддатли даврда прогнозлаштиришда қатор афзалликларга

---

<sup>1</sup> Laffargue J., P. (2009). The economic and social effects of tourism activities and tourism policies. A survey of the computable general equilibrium (CGE) models approach. CEPREMAP, Septembre 2009. - Docweb no 0905.

<sup>2</sup> Stabler M.J., Papatheodorou A. & Sinclair, M.T. (2010). The economics of tourism. Second edition. Routledge.

эга бўлсада, мамлакатимиз миллий статистик базасидаги маълумотлар қатори нисбатан қисқа даврни қамраб олгани учун натижаларнинг ишончилилик даражаси қониқарли эмас. Бундан ташқари, даврий қаторлар услубларидан фойдаланиш Ўзбекистон туризм соҳасини халқаро тизимнинг ажралмас бўлаги сифатида тадқиқ этиш, халқаро туризм бозоридаги муҳим омилларнинг миллий туризм бозорига таъсирини баҳолаш вазифаларини бажара олмайди.



2.1.-расм. Тадқиқотнинг концептуал шакли

## 2.2. Туризм миллий статистик базасининг прогнозлаштиришдаги аҳамияти

Мазкур бўлимда туризм статистикаси ва Ўзбекистонда туризм ривожланишини прогнозлаштириш учун мавжуд маълумотлар базасига батафсил тўхталамиз. Бунинг учун миллий туризм статистикаси тизимининг тузилиши ва услубий хусусиятларини Бутунжаҳон туризм ташкилоти услубияти билан уйғунлаштириш, ҳудудий сайёҳлик ва ички туризм статистикаси бўйича базанинг имкониятлари ва чегараланганлигига доир масалалар кўриб чиқамиз.

Умумий тарзда, туризм статистикаси ташриф буюрувчилар фаолияти (ташриф буюрувчилар сони, саёҳат давомийлиги ва мақсади), туризмнинг турли шакллари (кириш, чиқиш ва маҳаллий), инфратузилма ва шу соҳада банд бўлганларга оид ахборотларни қамраб олади. Туризм статистикаси тизими бир-бири билан узвий боғланган қуйидаги статистик элементлардан ташкил топади<sup>1</sup>:

- статистик манбалар;
- қузатувлар, маъмурий ёзувлар, туризм ёрдамчи ҳисобидан тўғридан-тўғри олинган ва келтириб чиқарилган ҳамда бошқа турдош манбалардан (тўлов баланси, миллий ҳисоблар тизими каби) олинган ахборотлар;
- жараённинг муайян босқичларида қўлланиладиган маҳсус усуллар, услубий тавсиялар (концепция, таъриф, классификация, ахборотлар базаси, бошқалар);
- статистик жараёнларда фойдаланиладиган дастакли ва ташкилий ресурслар.

Туризм статистикаси бўйича халқаро тавсиялар<sup>2</sup>да давлатларнинг туризм статистикаси тизимини халқаро таққослаш ва таҳлил қилиш имконини берувчи стандартлар асосида тақомиллаштириш бўйича фаолияти қўллаб-қувватланади. ЮНВТО туризм статистикаси бўйича дастлабки умумий

<sup>1</sup> UNWTO. (2014). International recommendations for tourism statistics 2008: compilation guide. Madrid.

<sup>2</sup> IRTS – International Recommendations on tourism statistics.

қоидалар тўплами 1983 йилда чоп этилгандан кейин, БМТнинг статистика қўмитаси ва ЮНВТО томонидан 1993 йилда «Туризм статистикасига оид тавсиялар» ва 2000 йилда «Туризм ёрдамчи ҳисоби: услубий қўлланма»лар қабул қилинди. Ушбу тавсиялар тўпламининг 2008 йилдаги таҳрири туризм статистикаси замонавий тизимининг асосини ташкил этади. Ҳар бир мамлакат ўз туризм статистикаси тизимини ўз ихтиёрига кўра шакллантиришига қарамасдан, БМТ статистика қўмитаси тасдиқлаган «Расмий статистиканинг фундаментал тамойиллари»га амал қилиши лозимлиги Халқаро ҳуқуқ нормаларида белгилаб кўйилган.

Сўнги вақтларда, туризм статистика тизимида туризм ёрдамчи ҳисобининг алоҳида ўрни таъкидлаб келинмоқда. Туризм ёрдамчи ҳисоби (ТЭҲ) – туризмнинг миллий иқтисодиётдаги ҳиссасини аниқловчи дастак, туризм кўрсаткичларини имкон қадар аниқлик билан ўлчаш ва статистик манбаларни текшириш воситаси, талаб ва таклиф ахборотларини ўзаро боғловчи элемент, туризмни Тўлов баланси ва Миллий ҳисоблар тизими (МҲТ) билан тузилмавий алоқадорлигини кўрсатувчи макроиқтисодий услуб сифатида қайд этилади.

Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитаси туризм статистикаси тизимини халқаро стандартлар даражасида ташкил этишга алоҳида эътибор қаратиб келмоқда. Давлат статистика қўмитасининг 2012 йил 18 январдаги 1-сонли қарори билан тасдиқланган «Туризм статистикаси бўйича услубий Низом»га кўра, туризм соҳаси статистик ахборотларни шакллантириш учун асос сифатида қуйидагилардан фойдаланилади:

а) туризм соҳасида фаолият кўрсатувчи ташкилог, муассаса ва корхоналарнинг статистик ҳисоботи;

б) Давлат божхона қўмитасининг Ўзбекистон Республикасига кирган ва чиққан шахслар сони тўғрисидаги чораклик маълумотлари;

в) аэропорт, темир йўл вокзаллари, автостанция ва дам олиш масканларида танланма ташриф буюрувчиларнинг (резидент ва норезидент) мунтазам кузатувлари.

Шундай қилиб, Ўзбекистон Республикасининг замонавий статистика тизими манбалари сифатида «Ўзбекистон Республикасига кирган ва чиққан шахслар тўғрисидаги ҳисобот», 2-туризм шакли «Ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатиш ва жойлаштириш тўғрисида ҳисобот», 1-КВ шаклига илова (тур) «Ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатиш ва жойлаштириш тўғрисида микрофирма ва кичик корхонанинг ҳисоботи», «Ички туризм ва аҳолининг жисмоний фаоллиги кузатув саволномаси», 1-КТК «Киришга оид туризм бўйича кузатув саволномаси», 1-СНТК «Чиқишга оид туризм бўйича кузатув саволномаси» каби ҳужжатлар хизмат қилади. Улар асосида «Ўзбекистон Республикасида туризм ва дам олиш соҳаси ривожланишининг асосий кўрсаткичлари йиллик статистик бюллетени ҳамда «Ўзбекистонда туризм» статистик тўпламлари мунтазам равишда чоп этилади.

Ушбу тўпламлар Ўзбекистон Республикасида туризм ривожланишини таҳлил қилиш ва прогнозлаштириш учун бирламчи манба бўлиб хизмат қилади. Тўпламлар базасидаги кўрсаткичлар қамрови кенглиги ҳамда таққосланувчанлиги -- прогнозларнинг сифатли ва ишончли бўлишини таъминлайди. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Бош вазирининг ўринбосари 2011 йил 18 январда тасдиқлаган «2011–2012 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм кўмакчи ҳисобини жорий қилиш бўйича чора-тадбирлар дастури» алоҳида аҳамият касб этади. Бугунги кунда туризм ёрдамчи ҳисобини жорий этиш мақсадида амалга ошириб келинаётган ишлар натижасида туризм статистикаси базаси кенгайиб бормоқда. Кириш, чиқиш ва маҳаллий туризмга оид ахборотлар ишончилиги, транспарентлиги ва халқаро таққосланувчанлиги даражалари ортаётгани кузатилади.

ТЁХ туризм истеъмолининг турли шакли ва ҳажми ҳамда миллий иқтисодиётдаги улушини кўрсатувчи махсус жадваллардан ташкил топган. ТЁХнинг таркиби талаб ва таклиф орасидаги мувозанат концепциясига таянади. Ушбу жадваллардаги асосий ҳисоблар МҲТ таркибидаги ишлаб чиқариш, истеъмол, бандлик ва инвестиция (ялпи капитал



|   | Туризм талаби   | Туризм таклифи   |  |
|---|---|--|--|
| 1-жадвал.<br>Кирини туризми<br>истеъмоли (тап-<br>риф бутурувчи<br>ва махсулот<br>турларига кўра) |   |  |  |
| 2-жадвал.<br>Маҳаллий<br>туризм<br>истеъмоли  | 4 - жадвал. Махсулотлар буйича ички<br>туризм истеъмоли<br><br>↑  | 6 - жадвал.<br>Маҳаллий<br>таклиф ва ички<br>туризм<br>истеъмоли<br><br>→                        | 5 - жадвал. Туризм<br>ва бошқа тармоқлар<br>ишлаб чиқариш<br>ҳисоби<br>←         |
|   | 3-жадвал. Туризм истеъмолининг<br>бошқа қисмлари:<br>а) дам олинч масканларининг ўз<br>ҳисобидан хизматлари;<br>б) туризмнинг ижтимоий<br>трансфертлари;<br>в) бошқа истеъмолхаражатлари<br><br>↑ |  | 7-жадвал.<br>Туризм<br>тармоқ-ларида<br>иш билан<br>бандалик                     |
| Жадваллар<br>натижалари:  | Ички туризм харажатлари;<br>ички туризм истеъмоли   | Туризмнинг<br>бево-сита ялпи<br>қўшил-ган<br>қиймати, туризм<br>бево-сита ялпи<br>ички махсулоти | Туризмда иш<br>билан бандалик<br>(туризмда<br>бево-сита иш<br>билан<br>бандалик) |

2.2.-расм. Туризм ёрдамчи ҳисобининг макроиқтисодий курсаткичларни ҳисоблаш учун зарур жадваллари

шаклланиши)ларга асосланган<sup>1</sup>. Юқоридаги 2.2.-расмда ТЁХнинг туризмга тегишли макроиқтисодий кўрсаткичларни ҳисоблашда фойдаланиладиган жадваллари келтирилган.

Туризмга талаб ёки таклиф томонидан ёндашилганига қараб, ТЁХ жадваллари 3 гуруҳга ажратилади. 1-4 - ва 8-9 - жадваллар туризмга талаб жиҳатидан ёндашувга асосан шакллантирилади (2.3.-жадвал). Талабга тегишли муҳим ахборотларга туристик оқим ҳажми (1), транспорт тури (2), ташриф давомийлиги ва жойлашиш муассаси (3) ҳамда туризм харажатлари (4) киради. Туризм истеъмоли 1-3- жадвалларда акс эттирилиб, одатда, ташриф буюрувчиларга оид махсус кузатувларда йиғилган маълумотлар асосида тўлдирилади.

### 2.3.-жадвал

#### *ТЁХ ўнталиги: таклиф этилган жадваллар рўйхати<sup>2</sup>*

|    |  |
|----|--|
| 1  | Кириш туризми истеъмоли (ташриф буюрувчининг якуний истеъмоли, нақд пулда)     |
| 2  | Маҳаллий туризм истеъмоли (ташриф буюрувчининг якуний истеъмоли, нақд пулда)   |
| 3  | Чиқиш туризми истеъмоли (ташриф буюрувчининг якуний истеъмоли, нақд пулда)     |
| 4  | Ички туризм истеъмоли (1 - ва 2 -жадваллар умумлашгани)                        |
| 5  | Туризм ва бошқа тармоқларнинг ишлаб чиқариш ҳисоби                             |
| 6  | Маҳаллий таклиф ва ички туризм истеъмоли (4 -ва 5 - жадвалларнинг умумлашгани) |
| 7  | Туризм тармоқларида иш билан бандлик   |
| 8  | Туризм ва бошқа тармоқларнинг ялпи туризм асосий воситаларининг шаклланиши     |
| 9  | Туризм умумий истеъмоли  |
| 10 | Пул кўринишида бўлмаган кўрсаткичлар   |

<sup>1</sup> UNSD, EUROSTAT, OECD and UNWTO (2008) – «2008 Tourism Satellite Account Recommended Methodological Framework (TSA: RMF 2008)», Statistical Commission, Thirty-ninth session 26-29 February.

<sup>2</sup> UNSD, EUROSTAT, OECD and UNWTO. (2008). Tourism Satellite Account Recommended Methodological Framework (TSA: RMF 2008). Statistical Commission, Thirty-ninth session 26-29 February.

6-жадвал талаб ва таклифнинг ўзаро мослашуви, мувозанат ҳолига келиши билан шуғулланиб, туризм ёрдачи ҳисобининг юраги ҳисобланади<sup>1</sup>. Туризмнинг энг асосий кўрсаткичи бўлган қўшилган қийматни ҳисоблашда ана шу жадвал маълумотлари ишлатилади. 2.1.-расмда кўрсатилганидек, туризмга тегишли асосий жамловчи кўрсаткичлар сифатида қуйидагиларни кўрсатиш мумкин:

- a) Ички туризм харажатлари;
- b) Ички туризм истеъмоли;
- c) Туризм соҳасининг ялпи қўшилган қиймати (ТСЯҚҚ);
- d) Туризмнинг бевосита ялпи қўшилган қиймати (ТБЯҚҚ);
- e) Туризмнинг бевосита ялпи ички маҳсулоти (ТБЯИМ).

ТЁҲ да **туризм харажатлари** туристик саёҳат давомида харид қилинган истеъмол маҳсулотлари ва хизматлар баҳоси, шунингдек, сафарда ўз эҳтиёжлари учун ишлатиладиган ёки бошқаларга бериладиган қимматбаҳо маҳсулотларга сарфланган харажатлар йиғиндисидир. Туризм харажатлари ташриф буюрувчиларнинг ўз маблағлари ҳамда бошқалар томондан тўланган маблағлар эвазига амалга оширилиши мумкин. Мазкур харажатларда маҳсулот ва хизматларга солинган солиқлар (МХС) ҳам бор<sup>2</sup>.

**Туризм талаби** туризм харажатларидан МХС айрилган қийматга тенгдир. Ўз навбатида, туризм талаби қийматидан импорт чегириб ташланса, **туризм ишлаб чиқариши ҳажми** келиб чиқади. Бинобарин, яъни туристлар харид қилган маҳсулот ва хизматлар баҳосидан импорт қилинган маҳсулот ва хизматлар баҳоси айрилади.

ТЁҲда 5 - ва 7 - жадвалларда туризмга таклиф томонидан ёндашув қўлланилди. Туризм таклифини ўлчашда **туристик маҳсулот нисбати** муҳим тушунча бўлиб, у сайёҳлар томонидан истеъмол қилинган маҳсулот ва хизматлар-

<sup>1</sup> Libreros, M., Massieu, A., & Meis, S. (2006). Progress in Tourism Satellite Account Implementation and Development. Journal of Travel Research, 45(1), pp. 83-91.

<sup>2</sup> de Steeg, A.M. (2009). Accounting for tourism: The tourism satellite account (TSA) in perspective, The Hague, Statistics Netherlands-Grafimedia.

нинг умумий таклифдаги улушига тенг. Унга кўра туристик маҳсулотни куйидагича гуруҳлаштириш мумкин:

**туризмга хос маҳсулот** — туристлар сони кескин қисқарганда, истеъмоли сезиларли даражада камайдиган маҳсулот тури. Маҳсулотнинг камида 25% туристлар томонидан харид қилинсагина, бу маҳсулотни туризмга хос деб таърифлаш мумкин;

**туризмга дахлдор маҳсулот** — сайёҳлар томонидан туризмга хос маҳсулотга нисбатан камроқ улушда, яъни маҳсулотнинг 25% гача миқдори харид қилинади;

**туризмга дахлсиз маҳсулот** — дастлабки иккита гуруҳдан ташқаридаги маҳсулот турлари бўлиб, улар сайёҳлар томонидан харид қилинмайди<sup>1</sup>.

Туризмда кутилаётган талабни етарли миқдорда таклиф билан таъминлаш ниҳоятда мураккаб масала бўлиб, туризм таклифи ҳамиша талаб функцияси билан чегараланади. 6-жадвалда туризм талаби ва таклифи ҳисоблари ўзаро мувозанатлашади. ТЭҲнинг 10-жадвалида туризмнинг пул кўринишига эга бўлмаган кўрсаткичлари, яъни талабнинг ташрифлар сони ва тунаш кечалари сони, таклифнинг эса бандлик даражаси, хоналар сони, ташкилотлар сони ва жойлар сони каби жиҳатлари акс эттирилади.

Мазкур монографияда қўлланилган статистик маълумотлар базаси, энг аввало, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасидан олинган маълумотларга асосланади. Таъкидлаш жоизки, Жаҳон сайёҳлик ташкилоти, Жаҳон Банки (WDI), Жаҳон Туризм ва сайёҳлик қўмитаси, Жаҳон Иқтисодий форуми сингари нуфузли хорижий ташкилотларнинг маълумотлари асосида Давлатлараро регрессиялар амалга оширилди, шунингдек, [www.booking.com](http://www.booking.com) ва [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) Интернет порталларидаги маълумотлар ва шарҳлардан кенг фойдаланилди. Тошкент шаҳри, Бухоро, Самарқанд ва Хоразм вилоятларининг туризм соҳасида бевосита фаолият кўрсатаётган ташкилот ва корхоналар

<sup>1</sup> UN (2010). International Recommendations for Tourism Statistics 2008, Series M No. 83/Rev.1

орасида туризм соҳасида ишбилармонлик муҳитига тегишли сўровлар ўтказилди.

Шундай қилиб, ихтиёримиздаги маълумотлар базаси 1993–2015 йиллар давомида дунёнинг 187 та давлатига ташриф буюрувчилар сони, аҳоли сони, ЯИМ ҳажми, туризм экспорти, туризмда бандлик кўрсаткичлари, туризмнинг ЯИМдаги улуши, туризмнинг турлари бўйича улуши каби кўрсаткичлар, 2006–2015 йиллар учун Ўзбекистонга дунёнинг аксарият давлатларидан ташриф буюрувчилар сони, меҳмонхона ва жойлаштириш муассасаларида жой сони, туристик ташкилотлар сони ва республикамизга тегишли бошқа кўрсаткичлар, 2007–2015 йиллар учун 146 та давлатнинг туризм рақобатбардошлиги индекси ва субиндексларини қамраб олган ахборотдан иборат.

Шакллантирилган маълумотлар базаси ҳам қисқа, ҳам узоқ муддатли прогнозлаштиришда қўлланиладиган даврий қаторлар ва панелли таҳлил услубларидан фойдаланишга имкон беради. Шу билан биргаликда, туризм миллий статистикаси базасини минтақавий даражада чуқурлаштириш, туризм соҳасида бандлик ва инвестициялар каби макроиктисодий аҳамияти юқори бўлган кўрсаткичлар билан кенгайтириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

### **2.3. Туризм ва иқтисодий ўсишнинг ўзаро алоқадорлигини баҳолаш услуби**

Мазкур бўлимда Ўзбекистонда туризм ва иқтисодий ўсиш орасидаги алоқадорлик хусусиятларини аниқлаш услуби батафсил ёритилади. Эндоген ўсиш назарияси тарафдорларидан — П.Ромер<sup>1</sup>, Р.Лукас<sup>2</sup>, С.Ребело<sup>3</sup> узоқ муддат-

---

<sup>1</sup> Romer, P. M. (1994). The Origins of Endogenous Growth. The Journal of Economic Perspectives. 8 (1), pp. 3–22.

<sup>2</sup> Lucas, R. E. (1988). On the mechanics of Economic development. Journal of Monetary Economics. 22.

<sup>3</sup> Rebelo, Sergio (1991). «Long-Run Policy Analysis and Long-Run Growth». Journal of Political Economy. 99 (3). 500.

ли истиқболда иқтисодий ўсиш юқори технологик тармоқлар ривожланиши эвазига амалга ошади, деган ғояни илгари суради. Бироқ, юқори технологик тармоқ бўлмаган туризм соҳаси ҳам ихтисослашув натижасида ўсиб борувчи инвестиция қайтимларини таъминлаш орқали маҳсулот ва хизматлар бозорлари, тармоқлар ва тадбиркорлар эришган ютуқлар таъсирини янада кучайтириш қобилиятига эгадир<sup>1</sup>. Шу сабабли, тараққиётнинг муҳим омили сифатида қаралаётган туризмга бўлган эътибор ортиб бормоқда.

I бобнинг 1.3.-бўлимида таъкидланганидек, туризм етакчилигидаги гипотезиясига асосан иқтисодий ўсиш, нафақат, иқтисодиётдаги меҳнат ва капитал кўпайишидан, балки, туризм экспортини кенгайтириш орқали ҳам таъминланиши мумкин».

TLG гипотезасини текширишнинг аҳамияти шундаки, у давлат ва тадбиркорлик субъектлари стратегик қарорлар қабул қилиши учун зарур ахборотларни тақдим этади.

Мазкур бўлимда Ўзбекистонда туризмга стратегик сектор мақоми берилишини илмий жиҳатдан асослашга бағишланган услубий ёндашувнинг назарий асослари ва ундан амалиётда фойдаланиш жараёни босқичма-босқич баён қилинади. Бунда TLG гипотезаси мамлакатимиз учун ўринлилигини текшириш услуби келтирилади. МДХ давлатлари ичида TLG гипотезаси илк бор Ўзбекистон учун амалий жиҳатдан текширилаётганини алоҳида қайд этиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Туризм ва иқтисодий ўсиш алоқадорлиги гипотезаси биринчи бўлиб, Балагуэр ва Кантавелла томонидан Даврий қатор таҳлили воситасида Испания учун текширилди<sup>2</sup>. Тадқиқотчилар 1975–1997 йиллар маълумотларидан фойдаланиб, реал ЯИМ, халқаро туризм тушумлари ва валюта айир-

<sup>1</sup> Archer, B. (1996). Economic Impact Analysis. *Annals of Tourism Research*, 23(3), pp.704 – 707.

<sup>2</sup> Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34, pp.877–884.

бошлаш курсидан ташкил топган моделга коинтеграция ва Грейнджер алоқадорлик тестларини қўллади. Натижалар ўзгарувчилар орасида коинтеграцион боғлиқлик ва барқарор бир томонлама алоқадорлик борлигини тасдиқлади.

Улардан кейин Дритсакис 1960-2000 йиллар маълумотлардан фойдаланиб, мазкур гипотеза Греция учун ҳам ўринли эканини эътироф этди<sup>1</sup>. У Ланза ва Пиглиару услубига ўхшаш услуб асосида халқаро туризм тушумлари ва иқтисодий ўсиш орасида икки томонлама боғлиқлик борлигини аниқлади. Дритсакиснинг натижалари туризм тушумларининг иқтисодий ўсишга таъсири, иқтисодий ўсишнинг туризм ривожланишига таъсирига қараганда кучли эканини кўрсатди.

Худди шу вақтда, Дурбарри Мавритания оролида 1952-1999 йилларда туризм ва иқтисодий ўсиш орасидаги алоқадорликни, туризм тушумлари, капитал маблағлар, инсон капитали, шакар экспорти ва саноат экспорти ўзгарувчиларидан иборат модель воситасида таҳлил қилганда<sup>2</sup> TLG гипотезаси ўз тасдиғини топди.

2005 йилда эса мазкур гипотеза Демироз-Унган<sup>3</sup>, Гундуз ва Хатеми<sup>4</sup> томонидан Туркия, Ох<sup>5</sup> томонидан Жанубий Корея учун текширилди. Шуниси қизиқки, ушбу тадқиқотларда бир-бирига зид натижалар олинди. 1980–2004 йилларда Туркияда Демироз ва Унган ўтказган тадқиқотларда туризм ва иқтисодий ўсиш орасида икки томонлама алоқадорлик борлиги аниқланган бўлса, Гундуз ва Хатеми 1963–

---

<sup>1</sup> Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), pp. 305–316.

<sup>2</sup> Durbarry, R. *Tourism and economic growth: the case of Mauritius*// *Tourism Economics*. 2000. Vol.10 (4). pp. 389-401.

<sup>3</sup> Demiroz, D.M. & Ongan, S. (2005), The contribution of tourism to the longrun Turkish economic growth, *Ekonomickэ Casopis*, 9, pp. 880-894.

<sup>4</sup> Gunduz, L. & Hatemi-J, A. (2005), Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey? *Applied Economics Letters*, 12, pp. 499-504.

<sup>5</sup> Oh, C. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy, *Tourism Management*, 26 (1). pp. 39–44.

2002 йилларда халқаро туризмдан иқтисодий ўсишга бир томонлама алоқадорлик мавжуд дея хулоса қилганлар. Ох эса 1975–2001 йилларда Жанубий Корея учун TLG гипотезаси ўринли эмаслиги, аксинча, иқтисодий ўсиш туризмга таъсир қилишини аниқлади.

Юқоридаги учта тадқиқот натижалари иқтисодий ўсишда туризм улушининг аҳамиятини кўрсатди. Жанубий Корея ўша даврда тез ривожланганлигига қарамасдан, туризм соҳаси жуда кичик бўлганлиги туфайли иқтисодий ўсишга сезиларли таъсир кўрсатмаган эди.

Туризм ва макроиқтисодий кўрсаткичлар алоқадорлигини текшириш хусусидаги адабиётни ўрганиш давомида, кўпчилик олимлар асосан VECM моделини тавсия этганларига шоҳид бўлиш мумкин. Грейнжер алоқадорлик тестини қўллашнинг талаби кўрилаётган ўзгарувчилар стационар стохастик жараён орқали тавсифланиши шарт. Агар бирлик илдиз тестлари ўзгарувчиларнинг стационар эмаслигини аниқласа, ўзгарувчи стационар ҳолга келгунга қадар  $d$  марта ҳосиласи олинади. Қисқа муддатли даврда  $I(d)$  ўзгарувчилар бир-биридан узоқлашса-да, узоқ муддатли даврда улар умумий мувозанатга эгаликлари туфайли коинтеграциялашган бўлишлари мумкин. Коинтеграцияни инкор этувчи гипотезани текшириш учун коинтеграция тести қўлланилади. Аксарият муаллифлар, асосан, кўп ўзгарувчан шароитда самаралироқ ва ишончлироқ бўлган Жохансен коинтеграция тестини қўллайди. Коинтеграцион муносабат баҳолангандан сўнг, қисқа ва узоқ муддатли динамикасини текшириш учун VECM ва Грейнжер алоқадорлик тестлари қўлланилади.

Худди шундай услубий ёндашув асосида Тайвань, Мальта, Италия, Австрия, Швеция, Покистон, Ҳиндистон, Малайзия, Колумбия, Аруба<sup>1</sup>, Бразилия, Кипр ва бошқа кўплаб давлатлар учун TLG гипотезаси текширилди.

---

<sup>1</sup> Жанубий Америкадаги Венесуэла давлати яқинидаги орол-давлат.



2.4. —жадвал  
**Иқтисодий ўсиш ва туризм боғлиқлигини кўрсатувчи тадқиқотлар: Даерий қаторлар таҳлили<sup>1</sup>**

| Муаллиф-лар           | Вақти | Мамлакат      | Давр                  | Ўзгартувчилар                       | Услуби  | Алоқадор-лик |
|-----------------------|-------|---------------|-----------------------|-------------------------------------|---|--------------|
| Гали                  | 1976  | Гавай         | 1953-1970             | Шахсий даромад, туризм ўсиши        | OLS   | T→Y          |
| Балуаур да Кангавелла | 2002  | Испания       | 1975-1997<br>(чорак)  | ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси | VECM (Johansen)-<br>Granger causality                           | T→Y          |
| Дритсакис             | 2004  | Греция        | 1960-2000<br>(чорак)  | ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси | VECM (Johansen)-<br>Granger causality                           | T→Y          |
| Демироз ва Унган      | 2005  | Туркия        | 1980-2004<br>(чорак)  | ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси | VECM (Johansen)-<br>Granger causality                           | T→Y          |
| Гундуз ва Хатеми      | 2005  | Туркия        | 1963-2002<br>(йиллик) | ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси | Multivariate ARCH -<br>leveraged bootstrap<br>Granger causality | T→Y          |
| Ох                    | 2005  | Жанубий Корея | 1975-2001<br>(чорак)  | ЯИМ, туризм тушумлари               | Engle-Granger<br>Causality                                      | Y→T          |
| Капиржугту            | 2011  | Сингапур      | 1960-2007<br>(йиллик) | ЯИМ, туристлар сони, валюта курси   | ARDL – Granger<br>causality (VECM)                              | T→Y          |
| Хурсеийи ва Кара      | 2011  | Туркия        | 1964-2006             | ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси | VECM (Johansen)-<br>Granger causality                           | T→Y          |

<sup>1</sup> Муаллиф ишланмаси

Ушбу тадқиқотларнинг аксарияти TLG гипотезасини тасдиқласа, баъзи ҳолларда тескари натижалар ҳам учраб туради (2.4.-жадвалга қаранг).

Туризм ихтисослашуви ва иқтисодий ўсиш орасидаги баъзи таркибий ва даврий ўзгаришлар таъсирини бартараф этиш учун Давлатлараро регрессияли таҳлилга асосланган бир қанча тадқиқотлар ўтказилди<sup>1</sup> (2.5.-жадвалга қаранг). Ланза биринчилардан бўлиб, туризм ва иқтисодий ўсиш орасидаги алоқани Иқтисодий Ҳамкорлик ва Тараққиёт ташкилоти (аъзолари – АҚШ, Япония, Канада, Австралия, Янги Зеландия, Исландия, Норвегия, Швейцария, Туркия давлатлари, шунингдек ЕИ мамлакатларига кирувчи 25 мамлакат) га аъзо мамлакатларнинг 13 таси учун 1977-1992 йиллардаги панель маълумотлар базаси<sup>2</sup> асосида текширди<sup>3</sup>. Шуниси эътиборга лойиқки, Брау ва бошқалар томонидан 1980–2003 йилларни қамраб олган даврда 143 давлатдан иборат тўплам доирасидаги тадқиқот<sup>4</sup>, Сингх томондан 37 та кичик орол бўйича<sup>5</sup>, По ва Хуангнинг<sup>6</sup> 88 давлат иштирокида олиб борилган тадқиқотларининг барчаси иқтисодий ўсиш ва туризм орасидаги боғлиқликни тасдиқлади.

Сўнгги йилларда панель таҳлил географик жойлашуви, ривожланиш даражаси ёки бошқа ижтимоий-иқтисодий хусусиятлари нуқтаи назаридан бир турдаги давлатлар тўпламига нисбатан ўтказилмоқда. Масалан, Б.Файисса, С.Нсиах ва Б.Тадассе 42 та Сахара мамлакатлари учун Аррелано ва Бонд услубидан фойдаланиб, «туризм тушумларининг 10% ўсиши жон бошига ЯИМнинг 0,4% ўсишига олиб келади» деган хулосага келишди<sup>7</sup>.

---

<sup>1</sup> Pablo-Romero M P. & Molina J.A. (2013). Tourism and economic growth: A review of empirical literature. *Tourism Management Perspectives*, 8, pp.28-41.

<sup>2</sup> Панель маълумотлар базаси – бир нечта давлат учун биттадан кўп давр (ой, чорак, йил) даги маълумотлардан ташкил топган статистик базадир.

<sup>3</sup> Lanza, A., Temple, P., & Urga, G. (2003). The implications of tourism specialisation in the long run: An econometric analysis for 13 OCDE economies. *Tourism Management*, 24, pp.315–321.

<sup>4</sup> Brau, R., Lanza, A., & Pigliaru, F. (2007). How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980–2003. *Tourism Economics*, 13(4), pp.603–613.

<sup>5</sup> Singh, D. R. (2008). Small island developing states (SIDS). *Tourism and economic development. Tourism Analysis*, 13, pp. 629–636.

<sup>6</sup> Po, W. -C. & Huang, B. -N. (2008). Tourism development and economic growth, a nonlinear approach. *Physica A*, 387, pp.5535–5542.

<sup>7</sup> Fayissa, B., Nsiyah, C., & Tadasse, B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, 14(4), pp.807–818.

*2.5.-жадвал*  
**Иқтисодий ўсиш ва туризм боғлиқлигини кўрсатувчи тадқиқотлар: Панель маълумотлари<sup>1</sup>**

| Муаллифлар                 | Вақт | Мамлакат                                  | Давр      | Ўзгартувчилар  | Алоқа-дорлик |
|----------------------------|------|---|-----------|--|--------------|
| Эвгенио-Мартин ва бошқалар | 2004 | Лотия Америкисининг 21 та мамлакати       | 1985-1998 | ЯИМ, туристлар сони, инвестиция, давлат истеъмоли, давлатнинг таълимга харажатлари, сиёсий барқарорлик индекси, коррупция индекси  | T→Y          |
| Файсса ва бошқалар         | 2008 | Жанубий Сахаранинг 42 та мамлакати        | 1995-2004 | ЯИМ, туризм тушумлари, мустақиллик индекси, инсон капитали, инвестиция, хоржий инвестиция, уй хўжаликлари харажатлари  | T→Y          |
| Секвара ва Нуле            | 2008 | 94 та мамлакат                            | 1980-2002 | ЯИМ, туристлар сони, туризм экспорти, туризм тушумларининг ЯИМдаги улуғлиги, давлат истеъмоли, бозор деформацияси кўрсаткичи, очиқлик, ҳаёт давомийлиги, таваккалчилик, инфляция | T→Y          |
| Холзнер                    | 2011 | 11 та мамлакат                            | 2000-2005 | ЯИМ, туризм тушумлари, жисмоний капитал, инсон капитали, валюта курси, очиқлик, со-лик   | T→Y          |
| Дритсакис                  | 2012 | Ўрта Ер денгизи соҳи-лидаги 7 та мамлакат | 1980-2007 | ЯИМ, туристлар сони ва туризм тушумлари, валюта курси  | T→Y          |

<sup>1</sup> Муаллиф ишланмаси

Секвера ва Нунс ўз тадқиқотларида Барро томонидан ишлаб чиқилган шартли ўсиш модели ва Ислам таклиф этган панель таҳлил ёндашувидан фойдаланиб, туризм давлатлар учун ижобий таъсир кўрсатишини тасдиқлашди<sup>1</sup>. Л.Ж.Эвгенио-Мартин бошчилигида бир қатор олимлар эса TLG гипотезасини Лотин Америкаси давлатларидан ташкил топган тўплам учун 1985–1998 йиллар учун текширди<sup>2</sup>. Бу олимлар ҳам Исламнинг услубини қўллаб, туризм жон бошига ЯИМга фақат паст ва ўрта даромадли давлатларда ижобий таъсир кўрсатади деган хулосага келишди.

Кейинчалик, бу гипотеза Секвера ва Кампос<sup>3</sup>, Холзнер ва бошқа олимлар тадқиқотларда ҳам тасдиқланди.

Ўзбекистонда туризм ва иқтисодий ўсиш орасидаги боғлиқликни эмпирик текшириш учун Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси, Жаҳон туризм ва саёҳат Комитети, Жаҳон Туризм ташкилоти маълумотларидан фойдаланилган ҳолда 1992–2015 йиллардаги туризм экспорти, ташриф буюрувчилар сони ҳамда ЯИМ даврий қаторлари киритилган маълумотлар базаси шакллантирилди.

Кўпинча туризм талабини ифодаловчи тобе ва мустақил ўзгарувчиларда вақт тренди кузатилиши сабабли ностационар бўлишлари кузатилади. Бу эса ўз навбатида туризм талаби таҳлилларида жиддий муаммоларга олиб келади. Бундай регрессиялар мавжуд тренд сабабли юқори детерминация коеэффицентини  $R^2$  ҳамда статистик аҳамиятли коеффициентларга эга бўлишига қарамасдан, ностационар ўзгарувчилар иштироки катта хатоликларни келтириб чиқариши сабабли олинган натижаларни ишончли деб бўлмайди.

Бундай ҳолат туризм талаби таҳлилларида сохта натижаларга олиб келиши каби жиддий муаммоларга сабаб бўлди.

<sup>1</sup>Sequeira, T. N., & Nunes, P. M. (2008). Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach. *Applied Economics*, 40, 2431–2441.

<sup>2</sup>Eugenio-Martín, J. L., Morales, N. M., & Scarpa, R. (2004). Tourism and economic growth in Latin American countries: A panel data approach. *Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper Series, Nota di Lavoro*, 26.

<sup>3</sup>Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease? *Tourism Management*, 32, pp. 922–933.

Энгл ва Грейджер<sup>1</sup> (1987) томонидан ишлаб чиқилган коинтеграция усули ва ЕСМ<sup>2</sup> техникасининг биргаликда қўлланиши ушбу муаммога самарали ечим бўлиб келмоқда.

Энгл ва Грейджер, агар ностационар ўзгарувчилар жуфтлиги  $x_t$  ва  $y_t$  туризм ва даромад каби ягона иқтисодий тизимга тегишли бўлса, уларни бир-биридан узоқлашиб кетишини олдини олувчи коинтеграцион алоқа бўлиши лозим. Демак, яъни шундай мувозанат кучи мавжудки,  $x_t$  ва  $y_t$  ўзгарувчилари узоқ муддатли даврда биргаликда ҳаракатланади. Шу аснода,  $x_t$  ва  $y_t$  ўзгарувчилари узоқ муддатли даврда бирга ҳаракатланиши натижасида рўй берадиган мувозанат моделининг математик ифодаси қуйидаги кўринишда ёзилади:

$$y_t = \beta_0 + \beta_1 x_t \quad (3.1)$$

$$E_t = y_t - \beta_0 - \beta_1 x_t \quad (3.2)$$

Энгл ва Грейджернинг фикрига кўра, (3.1) да узоқ муддатли мувозанатли боғланиш мавжуд бўлса, (3.2) даги мувозанатсизлик хатолари камдан-кам ҳолларда нолдан узоқлашади. Бунинг маъноси шуки, модель қолдиқлари стационар бўлади ва вақт мобайнида ноль атрофида тебранади.

Илмий адабиётда ностационар даврий қаторларни «интеграциялашган жараён» деб ҳам юритилади. Қаторнинг интеграция даражаси унинг стационар ҳолга келтириш учун неча марта дифференциаллаш лозимлиги билан аниқланади. Шундай қилиб, стационар қаторлар «нолинчи даражали интеграциялашган» бўлади ва қисқача  $I(0)$  деб ифодланади. Қатор бир марта дифференциаллангандан сўнг стационар ҳолга келса, у биринчи даражали интеграциялашган дейилади ва  $I(1)$  деб белгиланади. Умумий тарзда, даврий қатор  $d$  марта дифференциаллангандан кейин стацио-

<sup>1</sup> Engle, R.F. and Granger, C.W.J. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation and testing. *Econometrica*, 55, pp. 251–276.

<sup>2</sup> Error correction mechanism — Хатони тузатиш механизми.

нар бўлса,  $d$  даражали интеграциялашган дейилади ва  $I(d)$  тарзида белгиланади.

Бир хил даражада интеграциялашган ностационар даврий қаторлар коинтеграциялашган даврий қаторлар дейилади. Агар,  $x_t$  ва  $y_t$  ўзгарувчилари  $d$  даражали коинтеграциялашган бўлиб,  $y_t = \beta_0 + \beta_1 x_t$  чизиқли тенглик ( $d=b$ ) (бунда,  $b>0$ ) даражали интеграциялашувини таъминловчи ( $\beta_0, \beta_1$ ) вектори мавжуд бўлса, унда  $x_t$  ва  $y_t$  ( $d, b$ ) даражали коинтеграциялашган дейилади ва  $(x_t, y_t) \sim CI(d, b)$  кўринишида ёзилади. Бу ерда ( $\beta_0, \beta_1$ ) вектори – коинтеграция вектори деб аталади. Бу таъриф икки ўзгарувчи ҳолатга нисбатан қўлланилса-да, шу тарзда,  $k$  – ўзгарувчи коинтеграция тизими ҳолати ҳам келтириб чиқарилиши мумкин.

Энгл ва Грейнжер коинтеграциялашган ўзгарувчилар ҳар доим хатоликни тузатиш механизмига ва аксинча хатоликни тузатиш механизми коинтеграциялашган ўзгарувчиларга трансформация қилиниши мумкинлигини кўрсатади. Шундан бу илмий ғоя «Грейнжер тақдимот теоремаси» номи олади. Мазкур теоремадаги ЕСМ моделининг математик ифодаланиши қуйидаги кўринишга эга бўлади:

$$\begin{cases} \Delta X_t = \alpha_1(Y_{t-1} - \vartheta - \beta X_{t-1}) + \sum_{j=1}^{m-1} \beta_{1j}^* \Delta X_{t-j} + \sum_{j=1}^m \delta_{1j}^* \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_{1t} \\ \Delta Y_t = \alpha_2(Y_{t-1} - \vartheta - \beta X_{t-1}) + \sum_{j=1}^{m-1} \beta_{2j}^* \Delta X_{t-j} + \sum_{j=1}^m \delta_{2j}^* \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_{2t} \end{cases} \quad (3.3)$$

Бунда,  $Y_t$  ва  $X_t - I(1)$  даражали интеграцияланган,  $\varepsilon_{1t}$  ва  $\varepsilon_{2t}$  эса мустақил ва ўртача «0» ҳамда доимий дисперсия билан бир хил тақсимланган. Шунингдек, энг камида  $\alpha_1$  ва  $\alpha_2$  коэффициентларидан бирининг қиймати нолдан фарқли бўлиши шарт. Ҳар иккала тенглик балансланган, чунки тенгликнинг ҳар иккала томони бир хил даражали интеграциялашган. Агар,  $Y_t = V + \beta x_{t-1}$  тенглик  $X_t$  ва  $Y_t$  ўзгарувчилар орасидаги узоқ муддатли боғлиқликни аниқласа,  $(Y_{t-1} - V - \beta x_{t-1})$  айирма мувозанат ҳолатидан оғиш

даражасини,  $\alpha_1$  ва  $\alpha_2$  коэффициентлар эса иқтисодий тизимнинг мувозанатга интилиш кучини кўрсатади.

ЕСМ моделининг оддий даврий қаторлар моделларидан бир қанча афзалликлари бўлиб, улардан, воқеликнинг қисқа ва узок муддатли хусусиятларини фарқлаш қобилияти ҳамда мультиколлинеарлик муаммосини келтириб чиқармаслигини алоҳида кўрсатиш жоиз. Коинтеграцион тестларнинг ана шундай устунликларига қарамасдан, уларни қўллаш мақсадга мувофиқ эканлигини бир қанча статистик тестлар билан текшириш лозим, аксинча, хато натижалар олинishi мумкин.

Умумий тарзда, коинтеграцион тенгламани ҳисоблаш учун энг аввало, бирлик тестлари ёрдамида ўзгарувчиларнинг интеграциялашганлик даражаси аниқланади, сўнгра коинтеграция тестлари ўтказилади. Агар, бу тестларда ўзгарувчилар коинтеграциялашгани тасдиқланса, кейинги босқичда ЕСМ модели баҳоланади. Кўрсатилган барча тестларни EViews ёки STATA каби дастурий таъминот пакетларида амалга оширилади.

Коинтеграция модели назарий асосларини ҳисобга олган ҳолда иқтисодий ўсиш ва туризм тушумлари орасидаги боғлиқлик қуйидагича ифодаланади:

$$\ln RGDP = f(\ln TA), \quad (3.4)$$

$$\ln TA = f(\ln RGDP), \quad (3.5)$$

Бу ерда,  $\ln$  — натурал логарифм,  $RGDP$  — реал ЯИМ,  $TA$  — таъриф буюрувчилар сонини билдиради.

Коинтеграцион алоқани текшириш ўзгарувчиларнинг интеграция даражасини талаб қилиши сабабли коинтеграция тестларидан аввал ҳар бир ўзгарувчи учун интеграция даражасини аниқлаймиз. Бунинг учун *Dickey-Fuller (DF)* тестдан фойдаланамиз. Мазкур тест Диккей ва Фуллер<sup>1</sup> томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, қуйидаги (3.6) тенгликка асосланади ва «Бирлик илдиз тести» номи билан машҳур.

<sup>1</sup> Dickey, D.A. & Fuller, W.A. (1981). Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Econometrica*, 49, pp. 1057-72.

$$\Delta \text{LnRGDP}_t = \delta \text{LnRGDP}_{t-1} + u_t \quad (3.6)$$

ёки

$$\text{LnRGDP}_t = (1 + \delta) \text{LnRGDP}_{t-1} + u_t \quad (3.7)$$

Ташриф буюрувчилар сони ( $\text{LnTA}_t$ ) ўзгарувчиси ҳам худди шу тарзда стационарликка текширилади. Бунда, агар  $\text{LnRGDP}_t$  ва  $\text{LnTA}_t$  ўзгарувчилари ностационар ҳамда бир хил даражали интеграциялашган бўлса, кейинги босқичда бу ўзгарувчилар орасидаги коинтеграцион алоқадорлик Durbin-Watson Cointegration, Johansen Cointegration каби тестлар воситасида текширилади.

Нихоят, сўнги босқичда ўзгарувчилар орасидаги алоқадорлик йўналишини аниқлаш мақсадида Granger Causality (Грейнжер алоқадорлик) тести қўлланади. Бу тест воситасида туризм ривожланишини иқтисодий ўсишни рағбатлантирадими ёки аксинча иқтисодий ўсиш туризмни ривожлантирадими деган саволларга жавоб топилади.

Эконометрика соҳасидаги адабиётда, Грейнжер алоқадорлиги йўқлиги «кучли экзогенлик»ка ишора қилади. Демак,  $u_t$  ва  $x_t$  дан иборат соддалаштирилган икки ўзгарувчилик тизимда бу иқтисодий ўзгарувчилар орасида алоқа йўқ, яъни  $u_t$  ўзгарувчида  $x_t$  ўзгарувчи тўғрисида маълумот йўқ, деган фараз олға сурилади. Бироқ, ушбу фараз тасдиқланмаса, бу ўзгарувчилардан бири иккинчисини ҳаракатлантириши мумкинлигини англатади. Бундан ташқари, иккита ўзгарувчи орасида икки томонлама Грейнжер алоқадорлиги мавжуд бўлиши ҳам мумкин. Бундай ҳолатда ҳар бир ўзгарувчи бошқаси ҳақида маълумотга эга бўлади.

Туризм ва макроиқтисодий кўрсаткичлар алоқадорлигини текшириш хусусидаги адабиётни ўрганиш давомида, кўпчилик олимлар асосан VECM моделини тавсия этганларига шохид бўлиш мумкин. Грейнжер алоқадорлик тестини қўллашнинг талаби кўрилаётган ўзгарувчилар стационар стохастик жараён орқали тавсифланиши шарт. Агар бирлик илдиз тести (кенгайтирилган Dickey-Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP)) ўзгарувчиларнинг стационар эмасли-



гини аниқласа, ўзгарувчи стационар ҳолга келгунга қадар  $d$  марта ҳосиласи олинади. Қисқа муддатли даврда  $I(d)$  ўзгарувчилар бир-биридан узоқлашса-да, узоқ муддатли даврда улар умумий мувозанатга эгаликлари туфайли коинтеграциялашган бўлишлари мумкин. Коинтеграцияни инкор этувчи гипотезани текшириш учун коинтеграция тести қўлланилади. Аксарият муаллифлар, асосан, кўп ўзгарувчили шароитда самаралироқ ва ишончлироқ бўлган Жохансен коинтеграция тестини қўллайди. Коинтеграцион муносабат баҳолангандан сўнг, қисқа ва узоқ муддатли динамикани текшириш учун VECM ва Грейнджер алоқадорлик тестлари қўлланилади.

## **2.4. Туризм талаби ҳажми ва рақобатбардошлигининг асосий омилларини аниқлаш усуллари**

### **2.4.1. Туризм талаби омилларини гравитация модели воситасида аниқлаш**

Туризм талабини прогнозлаштиришда халқаро савдо назарияларининг муваффақиятли тадбири муҳим илмий - амалий аҳамият касб этади. Савдо, миграция, туризм каби икки томонлама оқимларни моделлаштиришда гравитация моделларидан кенг фойдаланилади. Буюк физик олим Исаак Ньютоннинг гравитация қонуни асосида ишлаб чиқилган Гравитация моделлари бир ҳудуддан бошқа ҳудудга ҳаракатланувчи халқаро савдо оқими (товар, капитал, одамлар) ҳажмини белгиловчи омил бўлган даромад, масофа ва бошқа ўзгарувчилар функциясидан иборат деган тўхтамга келинган.

Олимлар томонидан туризм талабининг гравитация моделини шакллантиришга қизиқиш 1940 йилларнинг охирида пайдо бўлди. 1946 йилда Г.К. Зипф<sup>1</sup> ва 1948 йилда

---

<sup>1</sup> Zipf, G.K. (1946). The P1 P2/D hypothesis: On the intercity movement of persons. American Sociological Review, 11, 677-686.

Ж.К.Стюарт<sup>1</sup> биринчилардан бўлиб туризм гравитация моделининг энг содда кўринишини ишлаб чиқишди. Бу моделда мамлакатлар аҳолиси ва улар орасидаги масофа ҳисобга олинган холос. Табиийки, бундай модель мамлакатлар орасидаги туристик оқим ҳажмини тўлиқ изоҳлаб бера олмаган.

Гравитация моделини эмпирик жиҳатдан 1962 йилда биринчилардан бўлиб текширган олимлар қаторида Тинберган<sup>2</sup> алоҳида тилга олинади. 1966 йилга келиб Л.Ж. Крэмpton мамлакат аҳолиси ва масофага аҳоли бойлиги, дестинация жозибадорлиги кўрсаткичларини қўшиш орқали моделни такомиллаштирди<sup>3</sup>. Бироқ ушбу моделда ҳам туристик оқимлар чексиз кўпайиши ва масофанинг ўта юқори таъсир кўрсатиши билан боғлиқ иккита катта камчиликка йўл қўйилгани ошкор бўлди.

Гравитация моделининг кенг қўлланилаётган логарифмлаштирилган шаклини Франкель<sup>4</sup> таклиф этган. Мазкур Гравитация модели икки томонлама савдо ҳажми ЯИМ (GDP) билан тўғри ҳамда масофа (Distance) билан тесқари алоқадорликка эга деган фаразга таянади. Ушбу моделни оддий қилиб, қуйидагича ифодалаш мумкин:

$$Trade_{ij} = A \frac{GDP_i GDP_j}{Distance_{ij}} \quad (3.8)$$

Ушбу моделнинг кенгайтирилган шаклидан фойдаланиб, эконометрика талабларига асосан (3.8) тенгламани логарифмлаш ёрдамида чизикли тенгламага (3.9) ўзгартирамиз:

<sup>1</sup> Stewart J. Q. [1948]. Demographic Gravitation: Evidence and Applications, «Sociometry», Vol. 11, s. 31–58.

<sup>2</sup> Tinbergen, J. (1962). Shaping the world economy: Suggestions for an international economic policy. New York: The Twentieth Century Fund.

<sup>3</sup> Crampton L.-J. The gravitation model. A tool for travel market analyses. - Revue du tourisme, 1965, 20, № 3.

<sup>4</sup> Frankel, J., Stein, E., & Wei, S., J. (1996). Regional trading arrangements: Natural or Supernatural? *American Economic Review Papers and Proceedings*, 86(2), pp. 52–56.

$$\text{Log}(\text{Trade}_{ij}) = A + \beta_1 \log(\text{GDP}_i * \text{GDP}_j) - \beta_2 \log(\text{Distance}_{ij}) + \varepsilon_{ij} \quad (3.9)$$

Юқорида келтирилган моделнинг турли кенгайтирилган шакллари бугун ҳам туризм талабини прогностлаштиришда кенг қўлланиланилмоқда. Масалан, К. Кеум Жанубий Кореянинг ҳамкорлик даражаси юқори бўлган 28 мамлакат билан 1990–2002 йиллар давомида тўпланган маълумотлардан фойдаланиб, гравитация назарияси умумий савдо назарияси эканлиги ва бу мамлакатда туризм ривожланишини гравитация назарияси асосида тушунтириш мумкинлигини исботлади<sup>1</sup>. Шунингдек, муаллиф томонидан Линдер савдо модели ҳам текширилди. Олинган натижалар бу мамлакат учун Линдер моделини қўллаш жоиз эмаслигини кўрсатди.

А.Диланчев гравитация модели воситасида Грузияга 2006–2011 йилларда 33 та мамлакатдан амалга ошган туристик оқимларини таҳлил этди ва мамлакатларда жон бошига юқори ЯИМ, паст суръатли инфляция, аҳоли сони юқори ва масофанинг кичик бўлиши Грузияга ташрифлар сонига ижобий таъсир қилади<sup>2</sup>, деган хулосага келди.

Гравитация модели Гарин-Муноз ва Амарал<sup>3</sup> томонидан Испания, шунингдек, Эрйигит ва бошқалар<sup>4</sup> тарафидан Туркия, Хадару ва Ситанах<sup>5</sup> томонидан 28 давлатдан иборат панель, Ли ва бошқалар<sup>6</sup> эса Хитой Халқ Республикаси минтақалари учун фойдаланишган.

<sup>1</sup> Keum, K. (2010). Tourism flows and trade theory: a panel data analysis with the gravity model. *Ann Reg Sci*, 44, pp.541-557.

<sup>2</sup> Dilanchev, A. (2012). Tourism Demand in Georgia: Gravity Model Analysis. 7th Silk Road International Conference «Challenges and Opportunities of Sustainable Economic Development in Eurasian Countries» conference paper.

<sup>3</sup> Garin-Munoz T., Amaral T., P. (2000). An econometric model for international tourism flows to Spain. *Applied Economic Letters*, 7, pp. 525–529.

<sup>4</sup> Eryigit M, Kotil E, Eryigit R (2010) Factors affecting international tourism flows to Turkey: a gravity model approach. *Tourism Economics*, 16, pp.585–595.

<sup>5</sup> Khadaroo J, Seetanah B (2008) The role of transport infrastructure in international tourism development: a gravity model approach. *Tourism Management*, 29, pp.831–840.

<sup>6</sup> Li Sh., Wang Z. & Zhong Z.(2012). Gravity Model for Tourism Spatial Interaction: Basic Form, Parameter Estimation, and Applications[J]. *Acta Geographica Sinica*, 67(4), pp. 526-544.

Кўпчилик тадқиқотчиларнинг хулосаси ўлароқ, гравитация модели туризмни талаб жиҳатидан прогноз қилувчи энг муваффақиятли моделлардан бири деб тан олинган. Шу сабабли, бу моделни Ўзбекистонда туризмни прогнозлаштириш учун тадбиқ этиш мақсадга мувофиқ, деб ҳисоблаймиз. Ўзбекистон Республикаси учун гравитация моделини қўллаш орқали 3.9 тенгламада  $Trade_{ij}$  (ўзаро савдо оқими) ўзгарувчиси ўрнига туристлар оқимини ифодаловчи  $TA_{ij}$  ўзгарувчисини қўйиш республикамизга хорижий ташрифлар сонини баҳолашнинг энг содда моделини келтириб чиқаради:

$$\log(TA_{ij}) = A + \beta_1 \log(GDP_i * GDP_j) - \beta_2 \log(Distance_{ij}) + \varepsilon_{ij} \quad (3.10)$$

3.10-ифодада келтирилган ўзгарувчилар коэффициентларини баҳолашда дастлабки қадам ўзгарувчиларнинг корреляцион коэффициентини аниқлашдан бошланади. Шундан сўнг, мамлакатлар кесимида туризм оқимлари билан ЯИМ ва масофанинг боғлиқлигини баҳолаш учун 3.10 - ифодага OLS (Энг кичик квадратлар) усулини қўллаш қўлаймиз. Гравитация моделида OLS усулини қўллаш қуйидаги учта шарт бажарилганидагина ўринлидир:

1.  $\varepsilon_{ij}$  – хатоликлари биронта мустақил ўзгарувчи билан корреляцияга эга бўлмаслиги ҳамда ўртача қиймати нолга тенг бўлиши лозим (ортогоналлик фарази);

2.  $\varepsilon_{ij}$  – хатоликлари мустақил нормал тақсимотга эга бўлиши керак (бир жинсли бўлиш (хомоскедастиклик) фарази);

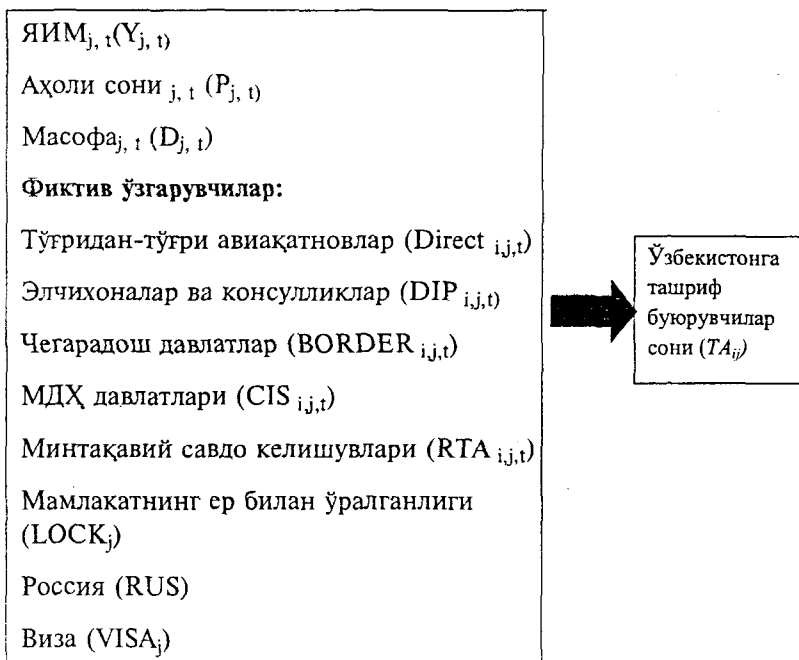
3. Мустақил ўзгарувчиларнинг биронтаси бошқа мустақил ўзгарувчининг чизиқли комбинацияси эмас (тўлиқ қатор фарази).

Бу учта шарт бажарилгандагина, OLS натижалари изчил, холис ва ўринли ҳисобланади. Изчил натижалар деганда, OLS коэффициентлари танланма ҳажми ўсиши билан мос равишда ўзгариб бориши тушунилади. Холис натижаларда тадқиқ этилаётган кузатувлар танланмаси бутун аҳолини қамраб олмаса-да, олинган коэффициентлар бутун аҳолига нисбатан олинган коэффициентлардан кескин фарқ қилмайди. Ўринли натижаларда эса, регрессия коэффициент-

ларининг реал қийматлардан оғиш даражаси энг кам миқдорга тенг бўлишини талаб қилувчи шартни бажарилади.

OLS натижалари учта шартни қониқтирса, коэффициентларни T-statistic, F-statistic каби хусусиятларини кўриб чиқамиз.

Ўзбекистон туризм оқимларининг гравитация моделининг концептуал шакли 2.3.-расмда тасвирланган. Мазкур моделда туризм гравитация моделида кенг қўлланиладиган ўзгарувчилар билан бир қаторда Ўзбекистонда туристик оқимлар ҳажмига сезиларли таъсир кўрсатиши мумкин деб ҳисобланган учта ўзгарувчи ҳам эътиборга олинди. Булар Direct<sub>ij,t</sub> (тўғридан-тўғри авиақатновлар), DIP<sub>ij,t</sub> (элчихоналар ва консуликлар) ҳамда VISA<sub>j</sub> (виза сиёсати) ўзгарувчиларидир. «i» индекси Ўзбекистонни ва «j» индекси «t» даврдаги манба давлатни билдиради.



2.3.-расм. Ўзбекистон туризм оқимларининг гравитация моделининг концептуал шакли.

Энди Ўзбекистон Республикаси учун кенгайтирилган гравитация моделида фойдаланилаётган тобе ва мустақил ўзгарувчилар батафсил таснифи келтирилади.

$Direct_{i,j,t}$  – Ўзбекистон ва манба давлат орасида қатновчи *тўғридан-тўғри авиақатновлар*. Ушбу ўзгарувчи тўғридан-тўғри авиақатнов мавжуд бўлганда «1» ва йўқлигида «0» қийматини қабул қилади.

Элчихоналар ва консулликлар ( $DIP_{i,j,t}$ ) – Ўзбекистонда ( $j$ ) манба давлатнинг дипломатик ваколатхоналари мавжуд ёки мавжуд эмаслигини билдиради. Худди  $Direct_{i,j,t}$  (тўғридан-тўғри авиақатновлар) ўзгарувчиси каби «1» ва «0» қийматларини қабул қилади.

Чегарадош давлатлар ( $BORDER_{i,j,t}$ ) – Ўзбекистон билан умумий чегарага эга давлатлар мавжудлигини билдиради, яъни ўзгарувчи қиймати Қозоғистон, Қирғизистон, Тожикистон, Туркманистон ва Афғонистон давлатлари учун «1» га ва қолган барча давлатларга «0»га тенг.

МДХ давлатлари ( $CIS_{i,j,t}$ ) ўтмишдаги умумий сиёсий тарихни ифодалайди, бу ўзгарувчи қиймати Россиядан ташқари МДХ ташкилоти аъзо давлатлари учун «1», қолган давлатлар учун «0» қийматни қабул қилади.

Россия (RUS) – Россия учун «1»ни қабул қилади, бошқа давлатлар учун «0». Россия МДХ таркибидаги давлатлардан алоҳида кўришимизнинг сабаби шундаки, собиқ СССР даврида Россиянинг сиёсий кучи, бошқарувчи марказ ролини бажаргани туфайли, Ҳамдўстликнинг бошқа давлатларига нисбатан мавқеи юқори бўлган. Тестларда бу давлатнинг таъсири юқорилиги аниқланса, Россияни МДХ давлатлари қаторида кўриб чиқиш умумий натижаларимизда хатоликка йўл қўйилишига олиб келиши мумкин.

Минтақавий савдо келишувлари ( $RTA_{i,j,t}$ ) – Ўзбекистон билан ( $j$ ) манба давлат умумий савдо минтақавий савдо келишувларидаги иштирокини кўрсатади.

Мамлакатнинг фақат ерлик билан ўралганлиги ( $LOCK_j$ ) – ( $j$ ) давлатнинг денгизга чиқиш йўли мавжуд эмаслигини кўрсатувчи ўзгарувчи.

Виза ( $VISA_j$ ) ( $j$ ) – манба давлат фуқароларининг Ўзбекистонга кириши учун виза талаб қилиниши ёки қилинмаслигини билдиради.

Ўзбекистон учун кенгайтирилган Гравитация модели қуйидаги чизиқли-логарифмик кўринишда ифодаланadi:

$$\begin{aligned} \ln TA_{ij} = & \beta_1 + \beta_2 \ln D_{ij} + \beta_3 LOCK_j + \beta_4 RUS + \beta_5 CIS_j + \beta_6 DIP_{ij} + \beta_7 BORDER_{ij} + \\ & + \beta_8 RTA_{ij} + \beta_9 \ln Y_j + \beta_{10} VISA_{ij} + \varepsilon_{ij} \end{aligned} \quad (3.11)$$

Гравитация моделини ҳам статик, ҳам панель маълумотлар базаси асосида текшириш мумкин. Статик маълумотлар асосида регрессияларни амалга ошириш учун 2006–2015 йиллардаги маълумотларнинг ўртачаси олинади. Панель маълумотлари учун йиллик маълумотлар динамик ҳолатида текширилади. Гравитация моделини изчил ва ҳолис баҳолашда ёндашувлардан яна бири Ўзгармас таъсир баҳолаш (Fixed Effect Estimation) усулидир.

Мамлакатлар орасидаги ижтимоий-иқтисодий омилларнинг туризм оқимларига кўрсатиши мумкин бўлган таъсирни ўрганишда иккита услубдан фойдаланиш мумкин: Fixed Effect estimation (ўзгармас таъсирни баҳолаш) ва Random Effect estimation (тасодифий таъсирни баҳолаш). Ҳар иккала услуб ҳам панель маълумотлари туркумига тегишлидир.

#### 2.4.2. Халқаро туристик оқимларга рақобатбардошликнинг таъсирини баҳолаш услуги

Глобализация жараёнларининг тобора чуқурлашиб бориши билан мамлакатлар, минтақа ва шаҳарлар орасида иқтисодиётнинг деярли барча жабҳаларида, жумладан, туризм соҳасида ҳам рақобат шиддатли тус олмоқда. Бугунги сайёҳ дам олиши ёки бизнес сафарларини амалга ошириши учун танлов имкониятлари ва талаблари жуда кенг. Шу сабабли, давлатлар туризм соҳасида узоқ муддатга мўлжалланган режалаштиришни ўз устунликлари ва заиф томонларини, жаҳон миқёсидаги рақобатбардошликларини

ни холис баҳолаган ҳолда амалга оширишлари муҳим аҳамиятга эга.

Туризмнинг ўсиб бораётган ижтимоий-иқтисодий аҳамияти сабабли туризмнинг миллий рақобатбардошлигини баҳолаш ва мониторинг қилишнинг бир қатор услублари ишлаб чиқилди. Дестинациялар рақобатбардошлигига доир энг муҳим ишланмалардан бири Жаҳон Иқтисодий Форуми (ВЭФ) томонидан тақдим этилган Туризм рақобатбардошлиги индекси (TCI — Tourism Competitiveness Index). Ушбу индексни ВЭФ ва ЮНВТО кўп йиллар давомида Жаҳон туризм ва саёҳатлар қўмитаси, Халқаро Авиация ташкилоти каби туризм соҳасидаги ҳамкорлари билан биргаликда ишлаб, тадқиқотни 2007 йилда якунлади. Шундан буён Миллий туризм рақобатбардошлиги рейтинги мунтазам чоп этилади.

TCI индекси — туризм соҳаси рақобатбардошлигининг миллий баҳосини кўрсатади ва ҳукуматнинг туризм соҳасида олиб бораётган чора-тадбирлари муваффақиятининг ўлчови вазифасини бажаради. Ушбу индекс туризм рақобатбардошлигига салмоқли таъсир кўрсатувчи ўзгарувчиларнинг учта муҳим гуруҳи асосида ҳисобланади. Бу гуруҳлар (1) туризм соҳасининг норматив-ҳуқуқий асослари, (2) туризм соҳаси ишбилармонлик муҳити ва инфратузилмаси, (3) туризм соҳасининг маданий, табиий ва инсон ресурслари субиндексларини ўз ичига олади. Ўз навбатида, ҳар бир субиндекс туризм рақобатбардошлигининг бир неча мезонлари орқали берилган. Умумий ҳолда 14 та мезон тақдим этилган (2.4.-расм). Мезонлар ҳам бир неча ўзгарувчилар ёрдамида баҳоланади.

Куйида уларга ВЭФ томонидан берилган тавсифлар келтирилади.

*Туризм соҳасининг норматив-ҳуқуқий асослари* мезони ҳар бир давлатдаги қонунчилик муҳити қанчалик даражада туризмни ривожлантиришга қулай шароитлар ярата олишини баҳолайди. Давлатлар ушбу соҳа барқарор ривожланишини рағбатлантириш ёки унга тўсқинлик қилишга йўнал-



тирилган сиёсат юритиш орқали туризм соҳаси жозибадор-  
лигига катта таъсир кўрсатади. Мазкур мезонда мамлакатда  
хорижликларнинг мулкка эгалик ҳуқуқи ва тўғридан-тўғри  
хорижий инвестицияларнинг рағбатлантирилиши ижобий  
баҳоланади (3-илова).



**2.4.-расм. Туризм соҳаси рақобатбардошлигини ташкил этувчи омиллар<sup>1</sup>**

Ундан ташқари, хусусий мулкнинг кафолатланганлиги, бизнесни ташкил этиш учун сарфланадиган вақт, ташриф буюрувчиларга виза олиш талабларининг мураккаблик да-

<sup>1</sup> ВЭФ нинг туризм рақобатбардошлиги индекси маърузаларидан.

ражаси, давлатнинг бошқа давлатлар билан икки томонлама Ҳаво Хизматлари Келишувларининг мавжудлиги, Хизматлар Савдоси хусусида Умумий Келишув (GATS)га асосан туризм хизматлари очиклигини таъминлашдаги халқаро мажбуриятларни қабул қилганликлари тўғрисидаги маълумотлар ҳисобга олинади.

Экологик барқарорликни оширишга йўналтирилган саъй-ҳаракатлар давлатнинг келажакда жозибадор туристик дестинация бўлиб қолишида катта аҳамиятга касб этади. Ушбу мезонда ҳар бир давлатда атроф-муҳит ҳимоясига тааллуқли қонунчиликнинг тадбиқ этилиши ва унга риоя этиш қатъиян инobatга олинади. Туризм соҳасининг ўзи баъзида атроф-муҳитга таъсир этиши мумкинлигини назарда тутган ҳолда, ҳар бир давлатда туризм ривожланишида барқарорлик масалалари устуворлигига эътибор қаратилади. Шунингдек, бу мезонда карбонат ангидрид эмиссияси ҳамда ҳайвонот ва ўсимлик оламининг йўқолиб бораётган турлари ҳам ҳисобга олинади.

Хавфсизлик мамлакат туризм соҳаси рақобатбардошлигини ҳал этувчи омилдир. Туристлар хавfli давлатларга саёҳатга чиқишни истамайдилар. Бу мезонда умумий жиноятчилик, зўравонлик ҳамда терроризм хавфи, ҳуқуқни ҳимоя қилиш органлари томонидан жинойий тажовузлардан ҳимоялаш ва йўл ҳаракати хавфсизлигини таъминлаш каби хизматларнинг ишончлилик даражаси кўриб чиқилади.

Соғлиқни сақлаш ва гигиена ҳам туризм рақобатбардошлиги учун ўта муҳимдир. Сифатли ичимлик суви билан таъминланганлик ва гигиена, сайёҳлар саломатлиги ва мамлакатда бўлишлари учун қулай шароит яратади. Агар турист тўсатдан бетоб бўлиб қолса, мамлакатнинг соғлиқни сақлаш соҳаси унга зарур тиббий ёрдам кўрсата олиши лозим. Айни шунинг учун шифохона жойлари ҳамда шифокорлар сони кўриб чиқилади.

Ҳуқумат туризм соҳасини устувор йўналиш сифатида белгилаши туризм рақобатбардошлигига таъсир қилади. Туризм соҳаси бирламчи аҳамиятга эгаллигини таъкидлаш ва Давлат

бюджети харажатларида буни акс эттириш орқали давлат муҳим лойиҳаларга зарур маблағларни жалб эта олади. Давлатнинг бундай муносабати туризм соҳасига хусусий инвестицияларни кўпайиши ва давом этишига олиб келади. Туризм устувор йўналиш сифатида кўрилиши туризмга тегишли маълумотларни йиғишга эътибори, уни ўз вақтида эълон қилиши, юқори сифатли маркетинг ишларида ҳам ўз аксини топади.

Сифатли ҳаво транспорти инфратузилмаси шу мамлакатга кириш ва ундан ташқарига чиқиш йўлларида қулайлик яратади. Ушбу мезонда мавжуд ўринлар сони, кўнишлар сони, аэропорт зичлиги, фаолият кўрсатаётган авиакомпаниялар, ички ва халқаро парвозлар ҳаво транспорти инфратузилмаси, ҳаво кемаларидаги сервис эътиборга олинади (4-илова).

Ер усти транспорти инфратузилмаси мамлакат ичида ҳаракатланишда энг муҳим мезондир. Бунда йўллар, темир йўллар, портлар сифати ҳамда миллий транспорт тизими қай даражада бизнес марказлари ва туристик аҳамиятга молик жойларга етиб олишни қулайлаштириши, ҳаракат хавфсизлиги даражаси ҳисобга олинади.

Ундан ташқари, умумий туризм инфратузилмаси хусусиятларини очиб берувчи мезон ҳам кўшилган. Унда жойлаштириш муассасалари инфратузилмаси (меҳмонхона хоналар сони), енгил машина ижараси корхоналари ва туристларга молиявий инфратузилма (банкоматлар) мавжудлигига эътибор қаратилади.

Ахборот технологиялари инфратузилмасининг туризм ривожланиши ва рақобатбардошлигидаги аҳамияти тобора ортиб бормоқда. Мазкур мезонда ахборот технологиялари татбиғи (интернет, телефон симлари, мобиль телефон ва юқори тезликдаги кенг тармоқлар) баҳоланади. Мезон асосини белгиловчи ушбу хусусиятлар бизнес ва алоҳида шахслар учун онлайн<sup>1</sup> хизматлар кўрсатиш имконини беради.

---

<sup>1</sup> Онлайн (on-line) — меҳмонхоналарда бронь орқали жой банд қилиш кабиларни Интернет орқали амалга ошириш

Шунингдек, бизнеснинг ҳамкорларга ва истеъмолчиларга Интернет орқали амалга оширган савдоси ҳажми ҳам ҳисобга олинади, бунда Интернет қай даражада иқтисодий ўтказмаларда фойдаланиши яққол кўринади.

*Туризм соҳасининг баҳо рақобатбардошлиги* муҳим элемент сифатида кўрилади, нисбатан пастроқ нархлар сайёҳларни кўпроқ жалб этади. Мамлакатнинг нарх рақобатбардошлигини ўлчаш учун товар ва хизматлар бошқа жойлардан қимматроқлиги (харид қобилияти), авиачипта нархи, ёқилги нархлари, солиқчилик ва меҳмонхоналар нисбий нархларидан фойдаланилади.

Иқтисодиётдаги *сифатли инсон ресурслари* туризм соҳасини ҳамкорлари билан ишлаш, ривожланиш ва ўсишини таъминлайди. Ушбу мезон соғлиқни сақлаш, таълим олиш ва малака ошириш элементларини қамраб олади, унда таълим ва малака оширишни ўзлаштириш кўрсаткичлари ва бизнес жамияти томонидан баҳоланган мамлакат таълим тизими сифати орқали ўлчанади (*5-илова*). Расмий таълимдан ташқари, инсон ресурсларини ўстиришда хусусий секторнинг иштироқи, махсус малака ошириш хизматларининг йўлга қўйилганлиги эътиборга олинади. Малакали ишчи кучи мавжудлигини кўриб чиқувчи субиндекс ишга ёллаш ва бўшатиш қонунлар билан чегараланганлигини, бу жараённи осонлаштириш ёки мураккаблаштиришини эътиборга олади. Ишчи кучининг соғлиғи, шунингдек, ОИТС (ортирилган иммунитет танқислиги синдроми) касаллигининг бизнес учун харажатларини ҳисобга олади.

Туризм соҳасига мойиллик мамлакат ва жамиятнинг туризм ҳамда хорижлик ташриф буюрувчиларга муносабати орқали ифодаланади. Аҳолининг меҳмондўстлиги, диний бағрикенглиги, зиёлилиги, санъат, адабиёт ва спортга ижобий муносабати, туризм рақобатбардошлигида муҳим аҳамиятга эга. Бунақа муносабат ВЭФ томонидан хизмат сифарига чиққан сайёҳларнинг хордиқ чиқариш учун ўша мамлакатда қолишни тавсия этишларига қараб баҳоланади. Туризм очиқлиги эса туризм тушумлари ва харажатларининг

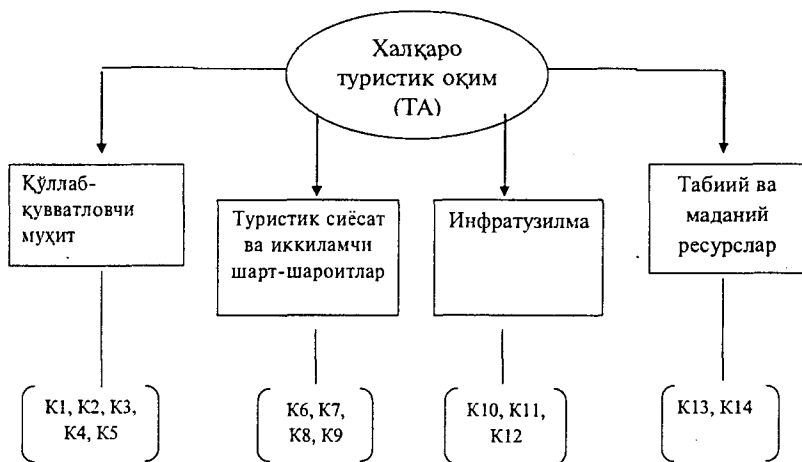
ЯИМдаги улуши билан ифодаланиб, давлат учун туризмнинг аҳамиятини кўрсатади. Қолаверса, қабул қилувчи томон тадбиркорларининг мижозларнинг қониқишига қанчалик даражада эътибор қаратишлари ҳам инобатга олинади.

Шубҳасиз, табиий ресурслар миллий туризм рақобатбардошлигида асосий омиллардан биридир. Табиий активларга киришга имкон берувчи давлатлар яққол солиштирма афзалликка эга бўладилар. Ушбу мезонда ЮНЕСКО ва Жаҳон табиий мероси ёдгорликлари сони, табиий муҳит сифати кўрсаткичи, мамлакат ҳайвонот олами бойлиги (ҳайвонлар турлари умумий сони), миллий ҳимояга олинган ҳудуд фоизи каби элементлар жамланади. Ниҳоят, ҳар бир мамлакат ихтиёридаги маданий ресурслар туризмнинг жаҳон миқёсидаги рақобатбардошлигида яна бир муҳим асос бўлиб хизмат қилади. Ушбу асос ЮНЕСКО ва Жаҳон маданий мероси ёдгорликлари, шунингдек, мамлакатда ўтказиладиган халқаро кўргазмалар сони, спорт иншоотларининг ўрин - сифими, маданий бойликни ифодаловчи ижодий соҳа экспорти элементлари воситасида баҳоланади.

Юқорида тавсифланган ҳар бир мезон элементи ВЭФ томонидан ўтказиладиган Ижроия фикри сўровномаси<sup>1</sup> (Executive Opinion Survey) ҳамда бошқа манбалардан йиғилган миқдорий ахборотлар асосида ҳисобланади. ВЭФ маълумотлар базасидаги мезонларнинг ҳар бири турли ўзгарувчилар асосида топилган ўртача миқдор бўлиб, 1 дан 7 баллгача ўзгаради.

Жаҳон туризм бозорида рақобатбардошлик омилларининг аҳамиятлилиги даражасини баҳолашнинг халқаро туристик оқимлар билан ифодаланган модели 2.5.-расмда тасвирланган. Таклиф этилаётган модель ВЭФнинг Туризм ва саёҳат рақобатбардошлиги индексига тегишли ишланмаларга асосланган, тушунтирувчи омиллар сифатида дестинациялар рақобатбардошлигининг 14 кўрсаткичидан фойдаланилган ва улар «Kij» ( $i=1...14; j=1...140$ ).

<sup>1</sup> Туризм соҳасида фаолият кўрсатувчи ташкилотлар орасида ўтказиладиган сўровлар.



**2.5.-расм. Халқаро туристик оқим ўсиши омилларини таҳлил этувчи концептуал модели**

Халқаро индекслар таъсирини моделлаштиришнинг эмпирик моделларига асосланган ҳолда ТСИ ва унинг субиндексларини халқаро туристик оқимлар ҳажмига таъсирини ўлчаш учун қуйидаги чизиқли-логарифмик моделдан фойдаланамиз:

$$\log(TA_i) = \beta_1 + \beta_2 K_{ji} + \beta_3 \log(GDP)_i + \beta_4 \log(population)_i + \varepsilon_i \quad (3.12)$$

$$i=1, \dots, 140; j=1, \dots, 14$$

бунда, тобе ўзгарувчи  $\log(TA_i)$  – ҳар бир давлатга 2009-2013 йиллар давомида ташриф буюрганларнинг ўртача сони логарифми;  $K_{ji}$  – ТСИнинг 2015 йил учун субидекслари ( $K_{1i}$  – ишбилармонлик муҳити;  $K_{2i}$  – хавфсизлик;  $K_{3i}$  – соғлиқни сақлаш ва санитария;  $K_{4i}$  – инсон ресурслари ва меҳнат бозори;  $K_{5i}$  – ИТ ҳолати;  $K_{6i}$  – мамлакат учун соҳанининг устуворлиги;  $K_{7i}$  – халқаро очиқлик;  $K_{8i}$  – баҳо рақобатбардошлиги;  $K_{9i}$  – атроф-муҳит барқарорлиги;  $K_{10i}$  – ҳаво транспорти инфратузилмаси;  $K_{11i}$  – ер усти ва сув транспорти инфратузилмаси;  $K_{12i}$  – туристик хизматлар инфратузилма-

си;  $K_{13i}$  — табиий ресурслар;  $K_{14i}$  — маданий мерос);  $\log(\text{GDP})_i$  — аҳоли жон бошига ЯИМ қийматлари логарифми ва  $\log(\text{population})_i$  — мамлакат аҳолиси сони логарифми. Сўнгги иккита ўзгарувчи натижаларнинг статистик барқарорлигини текшириш учун киритилади.

## II БОБ БЎЙИЧА ХУЛОСАЛАР

Бугунги кунда туризм ривожланишини прогнозлаштириш туризм иқтисодиёти фанининг жадал ривожланаётган бўлимларидан бирига айланиб улгурди. Сўнгги 20-30 йил давомида туризмни прогнозлаштириш услубиётининг мутасил равишда такомиллашуви изчил давом этмоқда. Прогнозлаштириш услубларида фойдаланиладиган воситалар хусусиятларига қараб, уларни шартли равишда миқдорий, сифат ва қўшма услублар гуруҳларига бўлиш мумкин.

Миқдорий услублар, ўз навбатида, даврий қаторлар, эконометрик ҳамда бошқа миқдорий услубларга ажратилади.

Туризм ривожланишини прогнозлаштиришда тобе ва мустақил ўзгарувчилар ҳамда услубларнинг кўплиги боис, тадқиқотларда мос ўзгарувчилар ва таҳлил услубларини танлашга масъулият билан ёндашиш лозим, деб ҳисоблаймиз. Бунда, энг аввало, тадқиқотчи ихтиёридаги маълумотлар базасига эътибор қаратиш талаб этилади. Маълумотлар базаси ҳажми ва қамрови қанчалик кенг бўлса, услубларни танлашдаги имкониятлар шунчалик кўпаяди.

Прогнозларда қутилмаган воқеалар содир бўлиши ва уларнинг туризм кўрсаткичларига кўрсатиши мумкин бўлган таъсирларини тўғрилаб туришда Сифат усулларидан фойдаланилади.

Туризм ривожланишининг сценарийли вариантларини ишлаб чиқишда ҳам миқдорий, ҳам сифат усулларидан ташкил топган қўшма усуллардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Туризм соҳасида ишлаб чиқилган таҳлил услубларига асосланган ҳолда Ўзбекистон Республикасида туризмни барқарор ривожланишининг прогноз қилиш кон-

цептуал модели ишлаб чиқилди. Унга кўра Гравитация модели, Коинтеграция тестлари усули, Хатоликни тузатиш модели ва ниҳоят, рақобатбардошлик ва туризм оқимлари ҳажми алоқадорлигини текширувчи статик моделлардан фойдаланилади. Гравитация модели икки томонлама савдо ҳажми ЯИМ (GDP) билан тўғри ҳамда масофа (Distance) билан тескари алоқадорликка эга деган фаразга таянади. Мазкур моделда туризм гравитация моделида кенг қўлланиладиган ўзгарувчилар билан бир қаторда Ўзбекистонда туристик оқимлар ҳажмига сезиларли таъсир кўрсатиши мумкин деб ҳисобланган учта ўзгарувчи ҳам эътиборга олинди. Булар  $Direct_{ij,t}$  (тўғридан-тўғри авиақатновлар),  $DIP_{ij,t}$  (дипломатик консулликлар) ҳамда  $VISA_j$  (виза сиёсати) ўзгарувчиларидир.

Туризм ва макроиқтисодий кўрсаткичлар алоқадорлигини текшириш хусусидаги адабиётни ўрганиш давомида, кўплаб олимлар асосан VECM моделини тавсия этишларига гувоҳ бўлиш мумкин. Грейджер алоқадорлик тестини қўллашнинг талаби шундаки, унда кўрилаётган ўзгарувчилар стационар стохастик жараён орқали тавсифланиши шарт.

Туризм барқарорлигига таъсир этувчи омиллар аҳамият-лилигини текшириш учун Жаҳон туризм рақобатбардошлиги индекси ва субиндекслари билан халқаро туристлар сонидан иборат модель шакллантирилди.



---

## III БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЗАМОНАВИЙ ҲОЛАТИ

### 3.1. Республикамиз ва унинг минтақаларида туризм ривожланишининг динамикаси ва муаммолари

Ўзбекистон Республикасида демократлаштириш ва модернизациялаш борасида бошланган тизимли ислоҳотларнинг изчил амалга оширилиши мувозанатлашган ва барқарор ижтимоий-иқтисодий тараққиётга замин яратиши билан бир қаторда аҳоли фаровонлигининг муттасил ошиб боришини таъминламоқда. Мамлакатимизда амалга оширилаётган чуқур таркибий ўзгаришлар, тармоқларни модернизациялаш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш, қулай ишбилармонлик муҳитини яратишга йўналтирилган иқтисодий ислоҳотлар натижасида сўнгги ўн йил мобайнида иқтисодий ўсиш суръатлари 8% дан юқори бўлиб келгани, банк-молия тизимининг барқарорлиги, муваффақиятли таркибий ўзгаришлар, ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш соҳасидаги ютуқлар бутун жаҳон ҳамжамиятининг эътирофига сазовор бўлмоқда.

Аҳамиятли жиҳати шундаки, глобал иқтисодий инқироз шароитида ҳам Ўзбекистонда юқори ўсиш суръатлари ҳамда макроиқтисодий барқарорлик таъминланди. Миллий иқтисодиётда кузатилган бундай барқарорлик инқирозгача даврдаги ислоҳотларнинг ўринлилиги билан биргаликда бизда ишлаб чиқилган Инқирозга қарши дастурнинг самарали амалга оширилганидан далолат беради.

Республикамизда хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳаси таркибий ўзгартириш ва диверсификация қилишни чуқурлаштириш, бандликни таъминлаш, аҳоли даромади ва ҳаёт сифатини оширишнинг муҳим омили ва йўналишларидан бири сифатида қаралади. Истиқлол йилларида ҳукуматимизнинг мазкур соҳа ривожланишига қаратаётган алоҳида

эътибори натижасида соҳанинг ЯИИМдаги улуши 1990 йилги 33,8 % дан 2015 йилда 54,5 % га етди.<sup>1</sup> Биринчи Президентимиз И.А.Каримов таъкидлаганидек, ялпи ички маҳсулот ўсишининг ярмидан кўпи хизмат кўрсатиш соҳаси ҳиссасига тўғри келгани бу тармоқнинг иқтисодиётимиздаги ўрни ва таъсири нақадар катта эканини кўрсатади.<sup>2</sup>

Маълумки, Ўзбекистон ҳукуматининг бош мақсади республика аҳолисининг муносиб ҳаёт даражаси ва сифатини таъминлаш ҳамда ривожланган демократик мамлакатлар қаторидан мустақкам ўрин эгаллашдир. Мана шу эзгу ниятда 2030 йилгача ялпи ички маҳсулот ҳажмини икки баробар ошириш асосий вазифалардан бири этиб белгиланди. Кўйилган вазифани муваффақиятли бажариш учун доимий равишда ички имконият ва заҳираларни излаб топиш, юқори салоҳиятга эга бўлган тармоқларни ўрта ва узоқ муддатга мўлжалланган аниқ дастурлар ёрдамида равнақ топтириш талаб этилади.

Жаҳон иқтисодиётининг ривожланиш тенденцияларини чуқур таҳлил қилиш ва юртимизда мавжуд бўлган ресурс ва имкониятларни ўрганиш асосида ҳам ички, ҳам ташқи бозорларда талаб муттасил ўсиб бораётган туризм соҳаси Ўзбекистон ҳукумати ўз олдига кўйилган вазифани самарали амалга оширилишида муносиб ҳисса қўша олишига шубҳа қилмаса бўлади. Жаҳон тажрибаси шундан далолат берадики, бугунги кунда транспорт, меҳмонхона хўжалиги, овқатланиш ва маданий ҳордиқ муассаларини қамраб олган туризм соҳасининг ижтимоий-иқтисодий роли ва аҳамияти кундан кунга ортиб бормоқда.

---

<sup>1</sup> Каримов И.А. 2015 йил иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тadbиркорликка йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир// Мамлакатни 2014 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2015 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маъруза// Халқ сўзи, 2015 йил 7 февраль.

<sup>2</sup> Каримов И.А. Мамлакатимизни 2015-йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2016-йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маърузаси// Халқ сўзи, 2016 йил 16 январь.

Ўзбекистоннинг замонавий туризм тизими 7000 дан ортиқ тарихий-маданий ёдгорликлар, дарёлар, шарқироқ сойлар, тоғлар, уларнинг ёнбағирлари, шифобахш сувлар ва доривор ўсимликлар, ноёб табиий масканлар ва қадимий суратлар сақланиб қолган деворлар қолдиғи ҳамда қоятошлар, 600 дан зиёд сайёҳлик ташкилоти, 661 та меҳмонхона муассасалари, тез ривожланаётган транспорт инфратузилмаси, қаҳвахона ва ресторанлар, замонавий ахборот таъминоти, туризм ривожланишини тартибга солувчи норматив-ҳуқуқий база, давлат ва нодавлат институтлари орасидаги муносабатлар кабиларни ўз ичига қамраб олади.

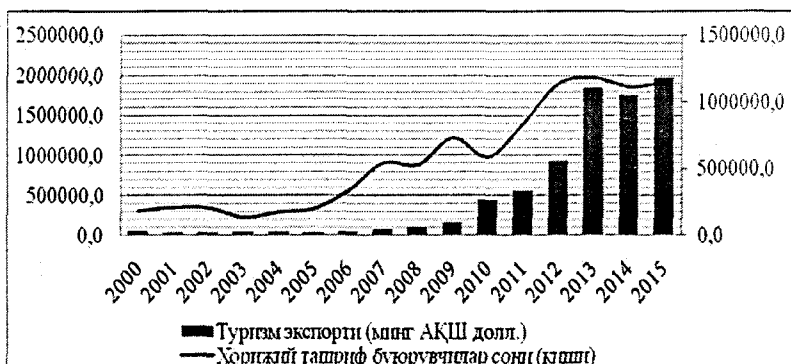
Ўзбекистон Республикасида туризм соҳаси ривожланишига қаратилаётган катта эътибор ва олиб борилаётган изчил ислоҳотлар натижасида юртимизга ташриф буюраётган сайёҳлар сони ва туризм экспорти йилдан-йилга мунтазам ўсиб бормоқда. Ўзбекистонда туризм соҳаси ўсиш суръатлари сўнгги йигирма йил давомида ўртача 7,6 % ни ташкил этди, бу кўрсаткич жаҳон туризм ўсиши суръатидан (4,5 %) анча юқоридир. Масалан, 2000 йилда республикамизда 302 минг нафар хорижий ташриф буюрувчи қабул қилинган бўлса, 2015 йилда бу кўрсаткич 6,2 баробар ошиб, 1,92 млн. кишига етди. Туризм экспорти эса 34 млн. АҚШ долларидан қарийб 1,87 млрд. АҚШ долларигача ўсди (3.1.-расм). Бироқ бу рақамлар ҳукуматни мутлақо қониқтирмаётгани боис, туризм соҳасини ривожлантиришни тубдан яхшилайдиган чора-тадбирлар кўрилиши эҳтимоли жуда юқорилигини камоли ишонч билан таъкидлашимиз мумкин.

Таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, 2015 йилда Ўзбекистон иқтисодиётида туризмнинг тўғридан-тўғри улуши 1,32 трлн. сўмни ёки ЯИМнинг 0,92% ини ташкил этди, жами улуши эса (билвосита ҳамда ҳосилавий улуши билан) 4,2 трлн. сўм ёки ЯИМнинг 2,96% ига тенг бўлди<sup>1</sup>. Бундан, маълумки, Ўзбекистонда туризмнинг иқтисодиётга мультипликатив таъсири 3,2 мартага тенг, яъни бевосита туризм соҳасида

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Committee (2015). Governing National Tourism Policy. WTTC, London.

яратилган ҳар 1 сўм, иқтисодиётда 3,2 сўмли маҳсулот ва хизмат яратилишига асос бўлади.

Туризм соҳаси аҳоли бандлиги масалаларида ҳам алоҳида аҳамиятга эга бўлиб, унда тўғридан-тўғри банд бўлганлар сони 118,2 минг киши (умумий бандликнинг 0,8 %)га тенг. Мультипликатив таъсирини ҳисобга олганда эса, ушбу соҳада 387,6 минг киши (умумий бандликнинг қарийб 3%) иш билан таъминлангани маълум бўлади. Таққослаш учун таъкидлаш жоизки, жаҳон туризм саноатининг жаҳон бандлигидаги тўғридан-тўғри ҳамда умумий улуши, мос равишда, 3,4 % ва 8,9 % ни ташкил этади.



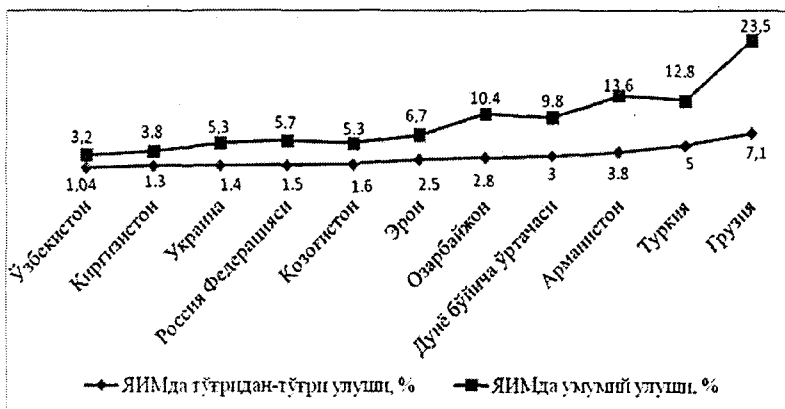
**3.1.-расм. Ўзбекистонда хорижий таширф буюрувчилар сони ва туризм экспортининг 2000–2015 йиллардаги динамикаси<sup>1</sup>**

Республика туризм соҳасини малакали кадрлар билан таъминлаш мақсадида 6 та олий таълим муассасаси қошида 1224 нафар талаба, 12 касб-хунар коллежларида 16796 ўқувчи таҳсил олмоқда. 2010–2014 йиллар давомида 1100 дан зиёд олий маълумотли ҳамда коллежларини тугатган 10000 дан кўпроқ малакали мутахассислар иқтисодиётга етказиб берилди.

Юқори туристик салоҳият ҳамда салмоқли мультипликатив самарага қарамасдан, туризмнинг давлатимиз иқтисодиётидаги улуши таркиби жиҳатдан ўхшаш хизматлар так-

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси маълумотлари.

лиф этаётган бошқа рақобатчи дестинациялардагидан сезиларли равишда, жаҳон ЯИМдаги ҳиссасидан эса қарийб 3 баробар пастдир (3.2.-расм). Қиёсий таҳлиллар натижасида Ўзбекистон дунё миқёсида ЯИМдаги туризмнинг умумий қўшилган қиймати ҳажмининг мутлақ миқдори бўйича (яъни, пул миқдори) 115 ўринда, нисбий жиҳатдан (ЯИМдаги фоиз миқдори) эса 179 ўринни эгаллаб турибди<sup>1</sup>.



3.2.-расм. Туризмнинг Ўзбекистон ва рақобатчи дестинациялар иқтисодиётидаги тўғридан-тўғри ва умумий улуши (2015 й.)<sup>2</sup>

Республикаimizдаги мавжуд туристик ресурслар салоҳиятини эътиборга олганда, эришилган кўрсаткичлар қониқарли эмаслиги ва туристик ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги пастлиги ҳақида хулоса чиқариш мумкин. Бундан ташқари, Ўзбекистон туризм соҳасида ҳудудий номуаносиб ривожланиш яққол кўзга ташланади, яъни ташриф буюрувчилар саёҳати давомийлиги ва туризм тушумлари минтақаларо кесимда кескин фарқ қилади. Минтақавий ривожланишнинг бу турида ҳудудлар ўзлари нисбий устунликка эга бўлган жи-

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Committee (2016). Travel and Tourism Economic Impact 2016: Uzbekistan. WTTC, London.

<sup>2</sup> World Travel and Tourism Committee (2015). Governing National Tourism Policy. WTTC, London.

ҳатларини янада ривожлантирадилар, нисбий устунликка эга бўлмаганлари эса ривожланишда сезиларли ортда қоладилар.

Шу ўринда таъкидлаш лозимки, республикамизнинг барча ҳудудлари туризм соҳасида халқаро, республика ва маҳаллий аҳамиятга эга бўлган ўзига хос нисбий устунликларга эга. Улардан Самарқанд, Бухоро, Хоразмдаги тарихий дурдоналар кенг халқаро эътирофга сазовор бўлиб, ЮНЕСКОнинг Жаҳон маданий мероси ёдгорликлари рўйхатига киритилган. Тошкент вилоятидаги «Чотқол давлат биосфера қўриқхонаси» эса 2016 йилда ЮНЕСКОнинг Жаҳон табиий мероси рўйхатидан жой олди.

Ўзбекистон туризм соҳасидаги минтақавий асимметрияни таҳлил этар эканмиз, ҳудудларда туризм ривожланишини шартли равишда нисбатан «юқори», «ўрта» ва «паст» даражаларга гуруҳлаш мақсадга мувофиқдир. Гуруҳлаш республика туризм тушумлари жон бошига қийматни ҳудудлар жон бошига қийматига нисбати бўйича амалга оширилди. Юқори даражали, яъни етакчи ҳудудлар гуруҳи Бухоро, Самарқанд, Тошкент вилоятлари ва Тошкент шаҳри, ўрта даражали гуруҳга Андижон, Навоий, Наманган ва Сирдарё вилоятлари, паст даражали гуруҳ эса Қорақалпоғистон Республикаси, Жиззах, Қашқадарё, Сурхондарё, Фарғона ҳамда Хоразм вилоятларини ўз ичига олади.

Экспертларнинг ҳисоб-китобига кўра, Хоразм вилояти туристик экскурсия ресурсларининг зичлиги бўйича 1-ўринни, экскурсиялар технологик заҳираси бўйича республикада Бухоро вилоятидан кейин 2-ўринни, экскурсия ресурслари таркибидаги тарихий-меъморий объектлар кўрсаткичи бўйича 1-ўринни эгаллаб туради (*3.1.-жадвал*). Шундай улкан салоҳиятга қарамасдан, Хоразм меҳмонхоналар ва туризм хизматлари ташкилотлари сони, кўрсатилаётган хизматлар сифати бўйича Тошкент шаҳри, Самарқанд ва Бухоро вилоятларидан сезиларли даражада ортда қолган. Натижада, вилоятга ташриф буюраётган сайёҳлар сони, туризм экспорти ҳажми, саёҳат давомийлиги ҳам бу ҳудудлардаги нисбатан сезиларли даражада камдир (*ўша жадвал*).

## Ўзбекистон Республикаси вилоятлари кесимида туризм кўрсаткичлари

|  |       | Қорақалпоғистон<br>Республикаси | Андижон вилояти | Бухоро вилояти | Жамбуқ вилояти | Қашқадарё<br>вилояти | Навоий вилояти | Наманган вилояти | Самарқанд<br>вилояти | Сурхондарё<br>вилояти | Сирдарё вилояти | Тошкент вилояти | Фарғона вилояти | Хоразм вилояти | Тошкент шаҳри |
|--|-------|---------------------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------------|----------------|------------------|----------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------|
|  |       | 1                               | 2               | 3              | 4              | 5                    | 6              | 7                | 8                    | 9                     | 10              | 11              | 12              | 13             | 14            |
| Экскурсия ресурсларининг технологик захираси   | -     | 39,8                            | 17,3            | 163,2          | 14,6           | 75,4                 | -              | 19               | 75,4                 | 43,1                  | 13,4            | 38,1            | 30,6            | 75,9           | -             |
| Экскурсия ресурсларининг зичлиги   | -     | 0,2                             | 4,3             | 1,1            | 0,7            | 2,7                  | -              | 2,4              | 3,1                  | 2,1                   | 2,5             | 5,7             | 4,3             | 16,9           | -             |
| Туризм тушумлари (Минтақа аҳолиси жон бошига ТТ /республика аҳолиси жон бошига ТТисбати) |       | 0,16                            | 1,32            | 3,36           | 0,79           | 0,60                 | 1,48           | 1,03             | 2,00                 | 0,13                  | 1,22            | 8,19            | 0,35            | 0,86           | 13,70         |
| Меҳмонхоналар сони   | 568   | 27                              | 20              | 83             | 20             | 35                   | 21             | 16               | 91                   | 28                    | 5               | 36              | 45              | 32             | 109           |
| Жой сони   | 32969 | 1681                            | 753             | 2816           | 740            | 1440                 | 1010           | 1075             | 5070                 | 1167                  | 107             | 2446            | 2159            | 1747           | 10            |

|   |          |       |       |        |       |       |       |       |         |       |       |        |       |        |         |
|---|----------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|--------|-------|--------|---------|
| Туналик давонийлиги, киши-кеча            | 2,76     | 3,44  | 2,71  | 2,03   | 2,02  | 3,33  | 2,3   | 1,85  | 2,26    | 3,12  | 3,37  | 3,28   | 2,78  | 1,65   | 3,13    |
| Минг кишига меҳмонхона жойи               | 1,08     | 0,97  | 0,27  | 1,60   | 0,60  | 0,50  | 1,12  | 0,43  | 1,47    | 0,51  | 0,14  | 0,90   | 0,64  | 1,04   | 4,57    |
| Туроператорлар сони                       | 343      | 3     | 4     | 12     | 2     | 3     | 2     | 1     | 46      |       | 2     | 4      | 2     | 4      | 256     |
| Меҳмонхонада тунаган сайёҳлар сони (киши) | 1271951  | 31769 | 37264 | 98914  | 59639 | 47053 | 43844 | 37434 | 136391  | 41549 | 4059  | 65191  | 47404 | 64527  | 356613  |
| улардан дам олиш мақсадида келганлар      | 48       | 62    | 12    | 77     | 4     | 4     | 28    | 54    | 70      | 26    | 3     | 40     | 35    | 82     | 48      |
| улардан лизман сафари юзасидан            | 52       | 33    | 38    | 23     | 96    | 96    | 72    | 46    | 30      | 74    | 97    | 60     | 65    | 18     | 52      |
| Туризм экспорти (минг АҚШ долт.)          | 886714,4 | 173,3 | 308,3 | 4944,7 | -     | 104,5 | 375,5 | 144,6 | 10187,2 | 0,1   | 320,2 | 1221,1 | 78,9  | 2006,3 | 38806,9 |

Энди, Ўзбекистон Республикаси туризм соҳасидаги бундай вазиятнинг асосий сабабларини аниқлаш ва туристик ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш бўйича тегишли чора-тадбирларни ишлаб чиқиш учун мамлакатимиз туризм тизимидаги базавий элементларнинг замонавий ҳолатини кўриб чиқамиз.

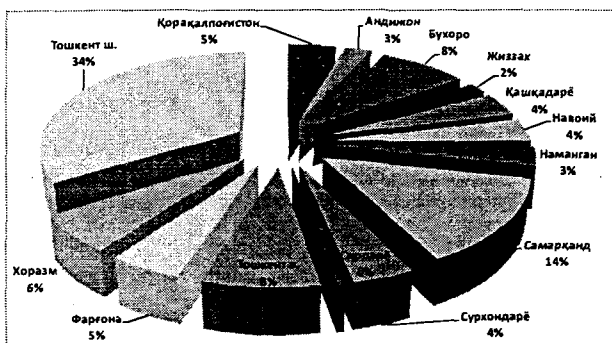
**Туризм маҳсулоти.** Бугунги кунда республикамиз ички ва ташқи бозорларда таклиф этаётган туристик маҳсулотлар кўлами аста-секин кенгайиб бормоқда. Биздаги халқаро сайёҳлик йўналишлари сони 110 дан ортиқ бўлиб, улардан 65 таси тарихий-маданий мерос объектлари, 30 таси табиий-рекреацион, 15 таси соғломлаштириш туризми элементларини ўз ичига олган экологик жабҳалардир. Булардан, жаҳон бозорида муваффақиятли ташвиқ этилаётган тарихий-маданий туризм маҳсулотлари тез ўсиб бораётган энг истиқболли сегментлардан ҳисобланади. Бироқ хорижлик экспертлар мамлакатимиз минтақаларида туристик маҳсулот замонавий туристлар хоҳиш-истакларига монанд ташкил этилмаганлиги ва бир-бирига ўхшашлиги минтақаларнинг ўзига хослигини етарлича кўрсата олмайди ҳамда баъзан зерикарли тус олади, дея фикр билдирмоқда. Бундай ҳолис ёндашувларга миллий туризм маҳсулотини диверсификациялаш ва замонавий туристлар талабига мувофиқ тарзда ташкил этиш вазифасини муҳим масалалар қаторига кўтариш даври келди.

**Туризм инфратузилмаси.** 2015 йил 1 январь ҳолатига Ўзбекистон Республикасида 661 меҳмонхона ва ўхшаш жойлаштириш муассасалари фаолият кўрсатмоқда, улардаги хона фонди 17779 ни, жой фонди эса 34898 ўринни ташкил этади. Республикада 1000 та аҳолига жой сони 1,1 га тенг бўлиб, бу халқаро миқёсдаги кўрсаткичларидан анча камлиги аниқланди. Маълумот учун деярли барча МДХ давлатларида бу кўрсаткич 2,0 га тенг эканини кўрсатиш ўринли бўлади.

Бундан ташқари, меҳмонхона хўжалиги республика минтақалари бўйича нотекис тақсимланган, республика меҳмонхона жойлари фондининг асосий қисми Тошкент шаҳри ва Самарқанд вилоятларида жамланган (*3.3.-расм*). Шунингдек, 1000 та аҳолига тўғри келувчи меҳмонхона жойлари сони



ҳам Тошкент шаҳридан ташқари барча минтақаларда нисбатан пастлигини алоҳида қайд этиш мумкин (3.4.-расм).



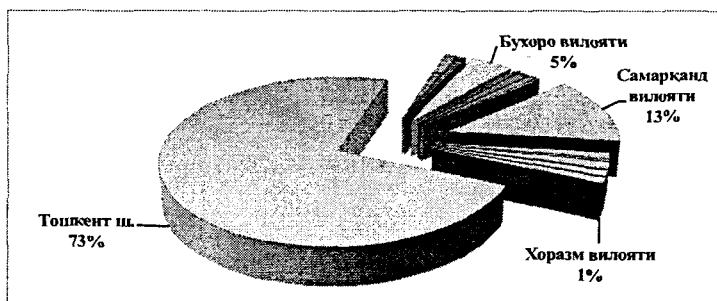
3.3.-расм. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида меҳмонхона ва жойлаштириш муассасаларининг улушлари



3.4.-расм. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида 1000 кишига меҳмонхона жойлари сони

Худди шундай ҳолат туризм хизматлари кўрсатувчи ташкилотлар жойлашувида ҳам кузатилади (3.5.-расм). Тошкент шаҳрида республикадаги туризм хизмати кўрсатувчи ташкилотларининг қарийб 75 %, Самарқанд вилоятида 13%,

Бухорода 3,5 %, Хоразм вилоятида 1,2 %, қолган 0,6 % - 0,9% эса бошқа вилоятларда фаолият юритмоқда.



**3.5.-расм. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида туризм хизматлари кўрсатувчи ташкилотлар сонининг улуши**

Ўз навбатида, туризм хизмати кўрсатувчи ташкилотларнинг бундай нотекис жойлашуви туризм хизматлари кўрсатишдан олинган даромадлар ҳудудлар ҳисобига эмас, Тошкент шаҳри ва Самарқанд вилояти маҳаллий бюджети ҳисобларига ёзилиши, бошқа ҳудудларда туризм соҳасида тадбиркорликда сусткашлик вужудга келиши, туризм соҳасидаги инсон ресурсларига эътибор камайиши, хизматлар сифатида камчиликларга йўл қўйилиши каби салбий оқибатларга олиб келмоқда.

Минтақаларда туризм ташкилотларининг сони ва малакасининг пастлигининг салбий таъсирини Хоразм вилояти мисолида яққол кузатиш мумкин. *3.1.-жадвалда*ги маълумотлардан кўриниб турибдики, бу вилоятда туризм экспорт тушумлари, асосан, меҳмонхоналар фаолиятидан олинган бўлиб, туризм операторларининг ҳиссаси жуда ҳам паст даражада. Туристтик ташкилотларининг салмоғи Тошкент шаҳри ва Самарқандда юқори бўлганлиги боис, улар туризм экспортига ҳам салмоқли ҳисса қўшиб келмоқдалар. Хоразм вилоятида туризм ташкилотларининг камлиги, малякали тур-операторларнинг етишмаслиги бу йўналишда экспортни оширишга тўсқинлик қилмоқда ва катта йўқотишларга сабаб бўлмоқда.

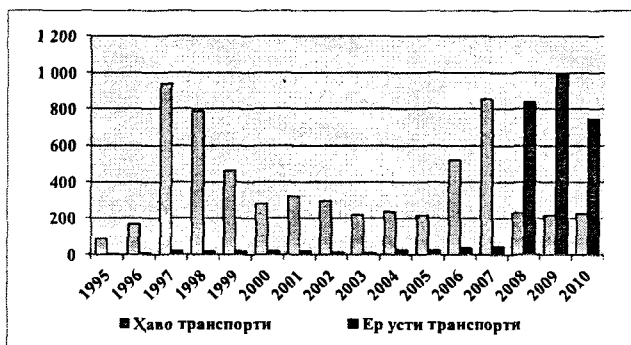
Худди шундай, Ўзбекистон Республикаси минтақалари орасида бой табиий рекреацион ресурслари ҳамда серқирра табиий ландшафти билан яққол ажралиб турган Тошкент вилоятида ҳам туризм соҳаси кўрсаткичлари имкониятлари даражасидан бир неча баробар пастдир.

**Транспорт инфратузилмаси.** Мустақиллик йилларида Ўзбекистон Республикасининг транспорт инфратузилмаси тобора яхшиланиб бормоқда. «Ўзбекистон ҳаво йўллари» Миллий авиакомпаниясининг ҳаво флоти янгиланиб, энг янги русумдаги самолётлар сотиб олинмоқда, барча аэропортлар замон талабларига мувофиқ модернизация қилинмоқда. 2015 йилдан бошлаб «Фарғона – Бухоро» йўналишида ҳафтасига бир маротаба, «Бухоро – Хоразм» йўналишида эса ҳар куни авиақатновлар амалга оширилмоқда.

«Ўзбекистон темир йўллари» компаниясида ҳам салмоқли ишлар олиб борилмоқда, 2011 йилда «Тошкент – Самарқанд – Тошкент» йўналишида «Афросиёб» тез юрар поезди қатнови йўлга қўйилган бўлса, бу поезднинг ҳаракати 2016 йилда Бухоро шаҳригача узайтирилди. Бухоро, Сурхондарё, Қашқадарё, Хоразм вилоятлари ва Қорақалпоғистон Республикасига поезд қатнови ҳар куни амалга оширилмоқда. Натижада, 1995-2007 йилларда ташриф буюрувчилар асосан ҳаво транспорти воситасида саёҳат қилган бўлсалар, 2008 йилдан бошлаб ер усти транспортининг улуши кескин ошиши (3.6-расм) кузатилади.

Яқин вақтларгача, Фарғона водийси билан темир йўл транспорти ва авиатранспорт қатнови қониқарли даражада бўлмаганлиги туризм соҳасининг ривожланиши йўлида катта тўсиқ бўлиб келаётган эди. Табиатан ўта гўзал ва фасоҳатли водийни ташкил этган Андижон, Наманган ва Фарғона вилоятлари аҳолисининг Тошкент шаҳри билан Қамчиқ довони орқали такси енгил автотранспорти қатнови орқали боғланганининг салбий жиҳатлари хорижлик экспертлар томонидан мунтазам танқид қилиш кузатиларди. Биринчидан, хусусий транспорт хорижлик меҳмонлар хавфсизлигига таҳдид соларди. Иккинчидан, унда меъёрлашган нарх ва

вақт жадвали йўқлиги туристлар томонидан тушунмовчиликларга олиб келарди. Учинчидан эса, хусусий такси катта гуруҳлардаги ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатишга имкон бермасди. Тўртинчидан, хавфсизлик талабларига кўра довон орқали автобус қатновини ташкил этиш тақиқланган эди. 2016 йилнинг 27 августидан бошлаб Фарғона водийси вилоятлари ва Тошкент шаҳри орасида Қамчиқ довони қаъридан ўтадиган тоннель орқали мунтазам темир йўл қатнови йўлга қўйилиши водийда миллий туризм ривожланишига салмоқли ижобий таъсир кўрсатиши кутилмоқда.

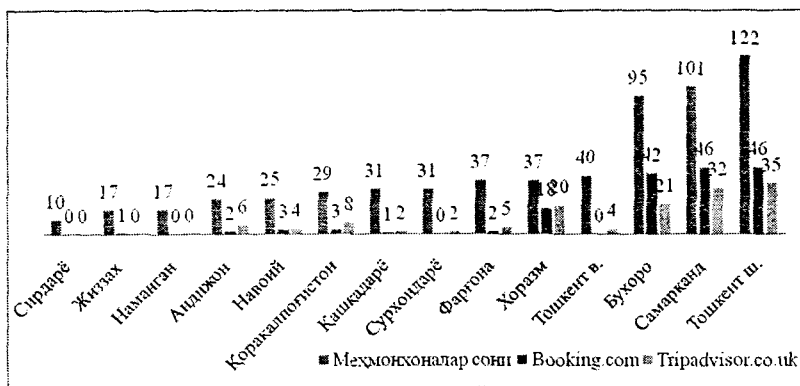


**3.6.-расм. Ўзбекистон Республикасига ташриф буюрувчилар транспорт турларидан фойдаланиши улушининг ўзгариши**

Республика минтақалараро транспорт қатновида чекловчи омил сифатида, ҳудудлараро транспорт қатнови талаб даражасида эмаслигини кўрсатиш мумкин. Яъни, барча ҳудудларда Тошкент шаҳри билан транспорт қатнови таъминланган бўлсада, уларнинг аксариятида мунтазам ўзаро қатнов йўлга қўйилмагани аниқланди. Масалан, яқин вақтларгача Андижон, Фарғона ёки Наманган вилоятлари Бухоро, Самарқанд, Хоразм вилоятлари билан тўғридан-тўғри транспорт билан таъминланмаган эди. Бу борада 2016 йил Мустақиллик байрами арафасида ижобий ўзгаришлар бошланганига қарамасдан, мазкур чекловчи омиллар деярли барча туристлар ва шу соҳада хизмат кўрсатувчи хорижли экспертлар томонидан қайд этиб ўтилмоқда.

**Туризмнинг глобал ахборот воситаларидаги ташвиқоти.** Ўзбекистон Республикаси халқаро туризм бозоридаги иштирокини янада фаоллаштиришда ва унинг минтақаларида соҳа ривожланишидаги ассимметриянинг қисқартиришда катта аҳамиятга эга бўлган восита – Интернет ресурсларидаги ташвиқотдир. Бироқ, бу воситадан фойдаланиш самарали йўлга қўйилмаган. Масалан, Тошкент шаҳридаги мавжуд 122 та меҳмонхонанинг атиги 46 таси [www.booking.com](http://www.booking.com) ва 35 таси [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com) веб-порталида тақдим этилган, холос. Худди шундай ҳолат бошқа минтақаларда ҳам кузатилади. Сирдарё, Жиззах ва Наманган вилоятларининг эса бирорта меҳмонхонаси халқаро даражада ташвиқ этилмаган, бу эса ушбу минтақаларда туризм соҳаси ахборотлашувининг паст даражадалигидан далолат беради.

Ўзбекистон меҳмонхоналарининг халқаро веб порталларидаги ташвиқоти бўйича маълумотлар 2014 йилнинг сентябрь ойида ҳам йиғилган эди. Қайд этиш лозимки, кўрсатилган даврдаги рўйхатда Тошкент шаҳрининг 32 та, Самарқанд вилоятининг 32 та, Бухоро вилоятининг 22 та, Хоразм вилоятининг 6 та меҳмонхонаси қайд этилган, республиканинг бошқа минтақалари ташвиқоти ҳақида умуман ҳеч қандай маълумот мавжуд эмас эди. Хоразм вилоятида 2014 йил ишлаб чиқилган стратегиянинг амалга оширилиши натижасида ижобий ўзгаришларни кўриш мумкин.



3.7.-расм. Меҳмонхоналарнинг халқаро интернет платформаларидаги тақдимоти (сентябрь, 2016 йил маълумотлари асосида)

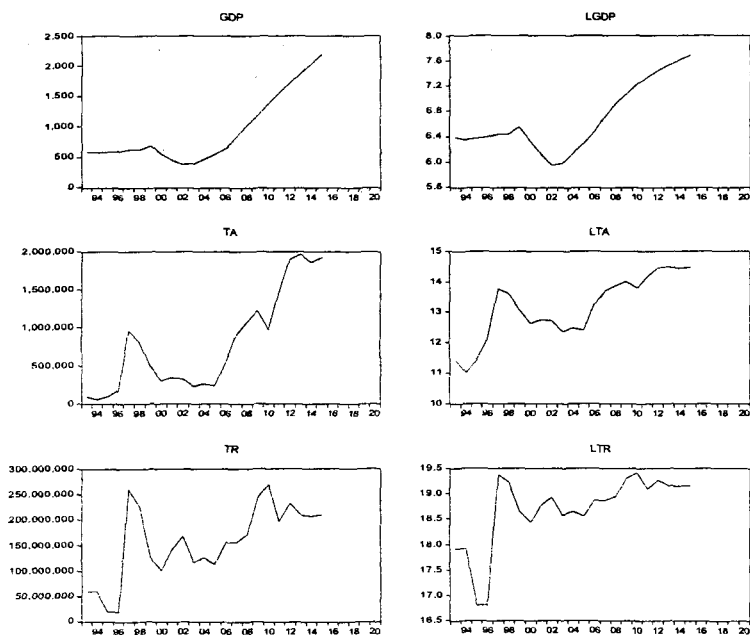
Юқорида қайд этилган глобал ресурсларда жойлаштирилган маълумотлар таҳлили хорижлик сайёҳлар баъзан Хоразм ва бошқа ҳудудларга ташриф буюришни режалаштиришда дадил ҳаракат қилмасликлари, бу саёҳат афзалликлари ҳақида етарли маълумотларга эга эмасликлари аён бўлди. Бироқ, сайёҳлар Хоразм воҳаси, Фарғона водийси ва Қорақалпоғистон Республикаларига ташрифлари давомида олган таассуротлари Самарқанд ва Бухоро таассуротларидан кам эмаслигини таъкидлашган. Бундан ташқари, халқаро туризм ахборот воситаларида турли халқлар ошхонаси фақат Тошкент шаҳрида нисбатан ривожланганлиги, бошқа жойларда эса чет эллик сайёҳлар учун овқатланиш жойлари нисбатан чегараланганлиги алоҳида қайд этишган.

Бундан юқорида кўрсатиб ўтилган минтақалар, вилоятлар, шаҳар ва туманлар ҳокимликлари ўз ечимни кутаётган юқоридаги муаммоларни бартараф этиш чораларини кўришларини тақозо қилишини яна бир карра эътироф этиш ўринли. Хоссатан, уларнинг ечими, ана шу маъмурий-ҳудудий бирликларнинг нафақат бюджет, балки шу билан бир қаторда маҳаллий аҳолининг ҳам даромадларини ошишига олиб келиши муқаррар дея хулоса чиқаришга ҳақлимиз.

### **3.2. Макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш шароитида туризмнинг иқтисодий ўсишга таъсири хусусиятлари**

Мамлакатимизда Истиқлол йилларида, яъни, ўтган чорак аср вақт мобайнида туризм соҳасининг ташкилий тузилиши, туризм маҳсулотига талаб ва таклифнинг боғланиши, туризм фаолиятининг асосий шакллари ва кўплаб бошқа хусусиятлари жиҳатидан туб ўзгаришлар рўй берди. Собиқ тоталитар тузум даврида туризм соҳасида бутунлай давлат яккаҳуқмронлиги амал қилган бўлса, 1991 йилдан сўнг Республика-миз ҳукумати иқтисодиётни эркинлаштириш билан бирга туризм соҳасида давлат иштирокини камайтириш, ички ва ташқи бозорларга интеграциялашувни кучайтириш масала-

ларига катта эътибор қарата бошлади. Энди, мазкур бўлимда Ўзбекистон Республикасида бозор иқтисодиёти шароитида туризм соҳаси мамлакатнинг иқтисодий ўсишига қандай таъсир этиши эмпирик жиҳатдан таҳлил этилганини тақдим қиламиз. Амалга оширилган таҳлиллардаги тобе ва мустақил ўзгарувчилар 2.1. - ва 2.3. - бўлимларда ёритилган тадқиқотларга мувофиқ иқтисодий ўсиш (GDP), мамлакатимизга кирувчи туристлар сони (ТА) ва туризм тушумлари (TR) кўрсаткичлари олинди. Иқтисодий ўсишни ифодалаш учун номинал ЯИМ, реал ЯИМ, аҳоли жон бошига ЯИМ кабиларни олиш мумкин. Мамлакатимизнинг демографик хусусиятларини эътиборга олиб, иқтисодий ўсишни ифодалаш учун аҳоли жон бошига ЯИМ кўрсаткичини олиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Бунда энг аввало, ўзгарувчиларни визуал текшириш лозим, бунинг учун улар график кўринишида ифодаланади (3.8. - расм).



3.8.-расм. Ўзбекистон ЯИМи ва туризм кўрсаткичларининг 1993–2015 йиллардаги номинал ва логарифмланган қийматлари динамикаси

Ушбу расмда кўриниб турганидек, GDP, TA ва TR қаторларида хетерокедастиклик<sup>1</sup> муаммоси мавжуд. Уни барта- раф этиш мақсадида барча ўзгарувчиларни натурал логарифм кўринишига (LGDP, LTA, LTR) келтирамиз (3.8.- расм).

Ўзгарувчилар стационарлиги ADF-тест ёрдамида текширилди. Тадқиқотимизда кўрилаётган ўзгарувчилар орасидаги боғлиқлик Йохансен коинтеграция тести воситасида баҳоланди, шунингдек, коинтеграция йўналишини аниқлаш учун Грейнжер алоқадорлик тести қўлланилди. Ўзгарувчилар орасидаги қисқа муддатли боғлиқликни текшириш учун ECM модели тадбиқ этилди.

Эмпирик баҳолашнинг биринчи босқичида жон бошига ЯИМ (GDP), ташриф буюрувчилар сони (TA) ва халқаро туризм тушумлари (TR) ўзгарувчилари орасидаги корреляция коэффицентлари ҳисобланди. Шундай қилиб, GDP ва TA орасидаги корреляция коэффиценти 0,93 га, GDP ва TR — 0,63, FTA ва FTR — 0,75 га тенглиги аниқланди (3.2.-жадвал). Корреляцион таҳлил кўрилаётган ўзгарувчилар ичида кучли корреляцион алоқадорлик мавжудлигини кўрсатса-да, бу, туризм ривожланиши ва иқтисодий ўсиш орасидаги узоқ муддатли боғланиш ҳақида хулоса қилиш учун етарли эмас.

3.2.-жадвал

### Корреляция жадвали

|     | GDP  | TA   | TR   |
|-----|------|------|------|
| GDP | 1    | 0,93 | 0,57 |
| TA  | 0,93 | 1    | 0,75 |
| TR  | 0,57 | 0,75 | 1    |

Даврий қаторлар эмпирик таҳлилида муҳим қадамлардан бири — бу ўзгарувчиларнинг интеграциялашиш да-

<sup>1</sup> Хетерокедастиклик — танланмадаги кузатувлар бир жинсли эмаслигини билдиради, бунда эконометрик моделдаги тасодифий хатолар дисперсияси катта бўлади ва натижалар ишончлилиги пасаяди.



ражасини аниқлаш ҳисобланади. Буни барча ўзгарувчиларга нисбатан «бирлик илдиз мавжуд эмас» деган ноллинчи гипотезани ADF тестлари воситасида текширилади. Мазкур ҳолатда ADF тестлари натижалари 3.3.-жадвалда берилди.

3.3.-жадвал

**ADF тести натижалари**

| Ўзгарувчи                     | ADF статистикаси | Критик қийматлар | Эҳтимоли | Қарор                    |
|-------------------------------|------------------|------------------|----------|--------------------------|
| LGDP                          | 1,022            | 1 % да: - 3,83   | 0,99     | Бирлик илдиз мавжуд      |
| LTA                           | -1,2             | 5%да: - 3,02     | 0,65     | Бирлик илдиз мавжуд      |
| LTR                           | -2,26            | 10 %да: - 2,65   | 0,2      | Бирлик илдиз мавжуд      |
| Ўзгарувчи I даражали айирмаси | ADF статистикаси | Критик қийматлар | Эҳтимоли | Қарор                    |
| DLGDP                         | -4,99            | 1 % да: - 3,83   | 0,0008   | Бирлик илдиз мавжуд эмас |
| DLTA                          | -3,62            | 5%да: - 3,02     | 0,0148   | Бирлик илдиз мавжуд эмас |
| DLTR                          | -6,08            | 10 %да: - 2,65   | 0,0001   | Бирлик илдиз мавжуд эмас |

Натижалар кўрсатганидек, барча ўзгарувчиларга нисбатан «бирлик илдиз мавжуд эмас» гипотезаси 1%, 5% ва 10% ишончлилик оралиқларида рад этилди. Таҳлилнинг мантиқий давоми сифатида ўзгарувчиларнинг «биринчи даражали илдизи мавжуд» деган гипотеза текширилди ва ҳар уччала ўзгарувчи 1-даражада интеграциялашган деган хулоса олинди. Кейинги босқичда ностационар ўзгарувчилар ора-

сида коинтеграция мавжудлигини Жохансен кузатув тести (Johansen Trace Test) ва Максимал хусусий қиймат (Maximum Eigenvalue) тестлари воситасида текширилди. Натижалар 3.4.-жадвалда берилган.

3.4.-жадвал

**Жохансен кузатув тести натижалари**

| Гипотезага кўра коинтеграция тенгламалари сони            | Хусусий қиймат | Кузатув статистикаси | Критик қиймат (5% да) | Эҳтимоллик |
|---|----------------|----------------------|-----------------------|------------|
| <b>LGDP ва LTA</b>  |                |                      |                       |            |
| Йўқ*  | 0,672924       | 26,80025             | 15,49471              | 0,007      |
| Максимум 1  | 0,310190       | 6,684097             | 3,841466              | 0,0097     |
| Хулоса: 5 % аниқликда 2 та коинтеграцион тенглама мавжуд  |                |                      |                       |            |
| <b>LGDP ва LTR</b>  |                |                      |                       |            |
| Йўқ*  | 0,703501       | 38,93366             | 29,79707              | 0,0034     |
| Максимум 1  | 0,496915       | 14,61944             | 15,49471              | 0,0674     |
| Максимум 2  | 0,043023       | 0,879513             | 3,841466              | 0,3483     |
| Хулоса: 5 % аниқликда битта коинтеграцион тенглама мавжуд |                |                      |                       |            |

Кузатув тести натижаларига кўра, LGDP ва LTA ўзгарувчилар орасида иккита коинтеграцион тенглама мавжуд. Худди шу йўсинда, LGDP ва LTR ўзгарувчилар орасида битта коинтеграцион тенглама мавжудлиги аниқланди.

## 3.5.-жадвал

**Максимал хусусий қиймат тести натижари**

| Гипотезага кўра<br>коинтеграция<br>тенгламалари<br>сони    | Хусусий<br>қиймат | Максимал<br>хусусий<br>қиймат<br>статистикаси | Критик<br>қиймат<br>(5% да) | Эҳтимоллик |
|--|-------------------|---|-----------------------------|------------|
| <b>LGDP ва LTA</b>   |                   |   |                             |            |
| Йўқ*   | 0,672924          | 20,11615                                      | 14,26460                    | 0,0053     |
| Максимум 1   | 0,310190          | 6,684097                                      | 3,841466                    | 0,0097     |
| Хулоса: 5 % аниқликда иккита коинтеграцион тенглама мавжуд |                   |   |                             |            |
| <b>LGDP ва LTR</b>   |                   |   |                             |            |
| Йўқ*   | 0,703501          | 24,31423                                      | 21,13162                    | 0,0172     |
| Максимум 1   | 0,496915          | 13,73992                                      | 14,26460                    | 0,0604     |
| Максимум 2   | 0,043023          | 0,879513                                      | 3,841466                    | 0,3483     |
| Хулоса: 5 % аниқликда битта коинтеграцион тенглама мавжуд  |                   |   |                             |            |

Юқорида келтирилган Жохансен кузатув ва Максимал хусусий қиймат тестлари натижалари асосида олинган коинтеграцион тенгламаларнинг коэффицентлари 3.6.-жадвалда берилган.

## 3.6.-жадвал

**Коинтеграцион тенгламаларнинг коэффицентлари**

| Ўзгарувчилар | Нормаллаштирилган коинтеграция коэффицентлари | Стандарт хатолик |
|--------------|---|------------------|
| LGDP         | 1   | 0,13237          |
| LTA          | -0,820955                                     |                  |
| Ўзгарувчилар | Нормаллаштирилган коинтеграция коэффицентлари | Стандарт хатолик |
| LGDP         | 1   | 0,07720          |
| LTR          | -0,363272                                     |                  |

3.6.-жадвалдаги нормаллаштирилган коинтеграция коэффицентлари ишораси ҳамда t-тестлар натижалари текшириляётган гипотезага мувофиқ келишини ҳамда туризм тушумлари ва туристлар сони ЯИМга ижобий таъсир кўрсатишини тасдиқлади. Ўзгарувчилар орасида коинтеграцион боғлиқлик мақжудлиги уларни узоқ муддатли даврда бир-бирига интилиб боришини кўрсатади.

Энди ўзгарувчилар орасидаги қисқа муддатли боғлиқликни текшириш учун ЕСМ моделини қўллаймиз. ЕСМ моделини баҳолаш учун Акайке (Akaike AIC) ва Шварц (Schwarz SC) мезонларидан<sup>1</sup> фойдаланиб, муносиб лаг<sup>2</sup> қиймати танланиши лозим. Кўриб чиқилаётган ҳолатда, оптимал лаг қиймати учга тенг. Олинган натижалар қуйидаги жадвалда келтирилди.

3.7.-жадвал

*ЕСМ модели коэффицентлари*

| Тобе ўзгарувчи DLGDP |            |                |
|----------------------|------------|----------------|
| Мустақил ўзгарувчи   | Коэффицент | T - статистика |
| $EC_{t-1}$           | -0,13*     | -1,6599        |
| $DLGDP_{t-1}$        | 0,88***    | 4,3104         |
| $DLGDP_{t-2}$        | 0,15       | 0,6543         |
| $DLGDP_{t-3}$        | -0,28      | (-1,4178)      |
| $DLTA_{t-1}$         | -0,035     | -0,8209        |
| $DLTA_{t-2}$         | 0,001      | 0,2103         |
| $DLTA_{t-3}$         | -0,157***  | -3,5595        |
| Constant             | 0,039**    | 1,7338         |

<sup>1</sup> Акайке ва Шварц мезонлари модел спецификацияси тўғри эканлигини тасдиқлаш учун фойдаланилади, бир қанча моделлар ичида шу мезонлар қиймати энг кичик бўлган модел танланади.

<sup>2</sup> Лаг — бир ўзгарувчининг бошқасига таъсиридаги кечикишини даврлар бўйича ҳисобга олувчи кўрсаткич

Демак, хатоликни тузатиш коэффициенти – қиймати манфий ва статистик аҳамиятлидир. Бундай натижа узоқ муддатли даврда ўзгарувчилар мувозанатга интилишларини англатади ва Ўзбекистонда жон бошига ЯИМнинг мувозанатга интилиши ҳар йилда тахминан 1,3 %га тузатилиб борилади.

Ушбу натижаларнинг математик ифодаси қуйидаги кўринишда ёзилади:

$$D(LGDP) = - 0,13*( LGDP_{t-1} - 0,86* LTA_{t-1} + 4,84) + 0,88*(DLGDP_{t-1}) - 0,28* DLGDP_{t-3} - 0,15* DLT A_{t-3} + 0,039$$

Ифодадаги ўзгарувчилар ва уларнинг олдидаги коэффицентларни изоҳлар эканмиз, биринчи қавсдаги ифода иқтисодий ўсиш ва туризм орасидаги узоқ муддатли алоқадорликни кўрсатишини қайд этамиз. Бундан кўриниб турибдики, туристлар сонининг ўсиши узоқ муддатли даврда иқтисодий ўсишга ижобий таъсир қилади. Шунингдек, ЯИМ ўзгарувчисининг 1 - лаги ЯИМ ўсишига юқори ижобий таъсир кўрсатишига эътибор қаратамиз (6-иловага қаранг). Ушбу кўрсаткичнинг 3 - лаги, яъни бу ҳолда ЯИМнинг 3 йил аввалги ўсиши жорий даврдаги ўсиш суръатларига салбий таъсир кўрсатар экан. Бундай натижани аввалги даврларда иқтисодий ўсишни таъминлаш учун сарфланган қайта тикланмайдиган ресурсларнинг камайганлиги билан тушунтириш мумкин.

Натижаларимизга кўра, туристлар сони ўзгаришининг 1 - ва 2 - лагари таъсир қиймати мусбат, аммо статистик аҳамиятлилик даражаси паст. Шу туфайли бундай алоқадорлик тўғрисида хулоса қилиш мумкин эмас. Ва ниҳоят, туристлар сони ўзгарувчисининг 3 - лаги жорий даврдаги туристлар сонини қисқартириши аён бўлди. Бундай натижа ташриф буюрувчилар орасида ташвиқот ишларининг етарли даражада йўл қўйилмаганлигини билдиради, яъни туристларни юртимизга бир неча бор сафарга чиқишларига иштиёқ туғдирувчи маркетинг чора-тадбирларини қучайтириш заруриятини белгилайди.

Моделнинг сифат кўрсаткичлари статистик мезонларга бўлган талабларга тўлиқ жавоб беради, масалан, детерминация коэффициенти 0,78, F – статистика 10% да аҳамиятли, модель таснифининг тўғрилигини кўрсатувчи Акайке (Akaike) ва Шварц (Schwarz) ахборот мезонлари ҳам талабга мувофиқ келади.

Худди шу йўсинда туристлар сони (TA) ўрнига туризм тушумлари (TR) учун ECM моделини қўллаймиз (7-илова).

3.8.-жадвал

*ECM модели коэффициентлари*

| Тобе ўзгарувчи DLGDP |             |              |
|----------------------|-------------|--------------|
| Мустақил ўзгарувчи   | Коэффициент | T-статистика |
| $EC_{t-1}$           | -0,05***    | -4,4978      |
| $DLGDP_{t-1}$        | -0.05       | 0,2618       |
| $DLGDP_{t-2}$        | 0,29        | 1,3855       |
| $DLTR_{t-1}$         | 0,04***     | 3,3496       |
| $DLTR_{t-2}$         | 0,034***    | 3,429        |
| Constant             | 0,06**      | 3,387        |

Олинган натижалар Ўзбекистонда туризм тушумлари ҳам, туристлар сони ҳам туризм талабини ва туризм соҳаси ривожланишини белгилаш учун мувофиқ келишини тасдиқлади. Энг асосийси, TLG гипотезаси мамлакатимиз шароитида ўринли эканлиги, қисқа муддатли даврда туризмнинг иқтисодий ўсишга бевосита таъсири кичик бўлишига қарамасдан, узоқ муддатли даврда уларнинг мувозанатга интилиши юқори эканлиги тасдиқланди. Бу эса ўз навбатида, туризм Ўзбекистон иқтисодиёти ўсиши барқарорлигини таъминлашда юқори салоҳиятга эга эканлигини эътироф этишга ишонч туғдирди.

Туризм тушумлари ва иқтисодий ўсиш орасидаги мусбат боғлиқлик юқорида санаб ўтилган муаллифлар ишларидаги натижаларга мувофиқ келади. Умумлаштириб айтилганда, туризм тушумлари ва давлатнинг туризм харажатлари қисқа муддатли даврда иқтисодий ўсишни қўллаб-қувватлашда таъсирли механизм бўлиб қолади.

### **3.3. Халқаро туризм ривожланишининг макроиқтисодий ва ижтимоий-маданий омиллари**

Юқорида таъкидлангандек, Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини халқаро норма ва стандартларга мувофиқ ривожлантириш борасида олиб борилаётган саъй-ҳаракатлар натижасида халқаро туристлар сони йилдан-йилга ўсиб бораётганлиги тадқиқотимизда ўз тасдиғини топди. Сўнгги йилларда диёримизга нафақат Европа қитъаси, балки янги йўналиш – Жануби-Шарқий Осиёдан ҳам ташриф буюрувчи сайёҳлар сони шиддатли равишда ортиб бормоқда.

Ўзбекистонга ташриф буюрувчи оқимнинг интенсивлиги бўйича кўшни (МДХ) Қозоғистон, Тожикистон, Қирғизистон, Туркменистон Республикалари ҳамда Россия Федерациясини етакчи давлатлар сифатида кўрсатиш мумкин (*3.8.-жадвал*).

Ўзбекистонга Туркия, Корея Республикаси, Ҳиндистон, Хитой, Эрон ва Германия сингари узоқ хориж давлатларидан келаётган сайёҳлар сон жиҳатдан етакчилик қилмоқда. Мутлақ жиҳатдан юқорида кўрсатилган давлатлардан энг кўп сайёҳлар ташриф буюрган бўлса, 2005-2015 йиллар давомида энг юқори нисбий ўсиш Чехия (40 марта), Иордания (15 марта), Литва (11 марта), Ҳиндистон (10 марта), Қозоғистон (10 марта), Испания (8 марта) давлатлари бўйича қайд этилган.

Ўзбекистонга ташриф буюрувчилар сони бўйича  
етакчи давлатлар<sup>1</sup>

| №  | Давлатлар                | Ташриф буюрувчилар сони, киши | Умумий ташриф буюрувчилар сонида улуши, % |
|----|--------------------------|-------------------------------|---|
| 1  | Қозоғистон               | 1142865                       | 61,3                                      |
| 2  | Тожикистон               | 275602                        | 14,8                                      |
| 3  | Россия Федерацияси       | 117531                        | 6,3                                       |
| 4  | Қирғизистон Республикаси | 114296                        | 6,1                                       |
| 5  | Туркменистон             | 39714                         | 2,1                                       |
| 6  | Туркия                   | 37927                         | 1,5                                       |
| 7  | Корея Республикаси       | 28852                         | 1,5                                       |
| 8  | Ҳиндистон                | 18602                         | 1,0                                       |
| 9  | Афғонистон               | 16690                         | 0,9                                       |
| 10 | Хитой                    | 11317                         | 0,6                                       |
| 11 | Эрон Ислом Республикаси  | 8214                          | 0,4                                       |
| 12 | Германия                 | 7777                          | 0,4                                       |
| 13 | Франция                  | 5964                          | 0,3                                       |
| 14 | Украина                  | 4478                          | 0,2                                       |
| 15 | Бирлашган Араб Амирлиги  | 4353                          | 0,2                                       |
| 16 | Озарбайжон               | 3519                          | 0,2                                       |
| 17 | Италия                   | 3433                          | 0,2                                       |
| 18 | Малайзия                 | 3260                          | 0,2                                       |
| 19 | Исроил                   | 3247                          | 0,2                                       |
| 20 | Япония                   | 2417                          | 0,1                                       |

Шундай қилиб, 2.2.-бўлимда кўрсатилганидек, бирон давлатга маълум бир давр учун дунёнинг ҳар бир мамлакатидан ташриф буюрганлар сони тўғрисида маълумотлар бўлса, ўша давлатнинг туризм маҳсулотига талабини турли қирралари бўйича ўрганишга имкон туғилади. Яъни, бундай маълумотлардан ва эконометрик моделлаштириш услубларидан фойдаланиб, туризм талабининг асосий детерминантларини (омилларини) аниқлаш ва туристик оқимларини гравитация модели воситасида прогноз қилиш имконияти туғилади.

<sup>1</sup> Ўзбекистон Давлат Статистика Қўмитаси, 2014 йил.



Демак, Ўзбекистон учун Гравитация моделининг қуйидаги кенгайтирилган шаклини баҳолаймиз:

$$\ln TA_{ij} = \beta_1 + \beta_2 \ln D_{ij} + \beta_3 LOCK_j + \beta_4 RUS + \beta_5 CIS_j + \beta_6 DIP_{ij} + \beta_7 BORDER_{ij} + \beta_8 RTA_{ij} + \beta_9 \ln Y_j + \beta_{10} VISA_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (3.3)$$

Бунинг учун, аввало, корреляция коэффицентлари ҳамда тавсифий (дескриптив) статистикани кўриб чиқиш лозим (3.10. – жадвал). Корреляцион таҳлил барча корреляция коэффицентлари мантиқан кутилган натижаларга мослигини тасдиқлади.

3.10.-жадвал

### Тавсифий статистика

| Ўзгарувчи     | Ўртача қиймат<br>(стандарт оғиш) | Таъланма | lnTA билан<br>корреляцияси |
|---------------|----------------------------------|----------|----------------------------|
| <i>lnTA</i>   | 3,341 (3,309)                    | 151      |                            |
| <i>lnD</i>    | 8,690 (0,686)                    | 202      | -0,573                     |
| <i>lnY</i>    | 8,715 (1,302)                    | 181      | 0,324                      |
| <i>LOCK</i>   | 0,182 (0,387)                    | 197      | 0,132                      |
| <i>BORDER</i> | 0,024 (0,156)                    | 202      | 0,366                      |
| <i>CIS</i>    | 0,054 (0,227)                    | 202      | 0,395                      |
| <i>RUS</i>    | 0,005 (0,070)                    | 202      | 0,164                      |
| <i>DIP</i>    | 0,170 (0,490)                    | 205      | 0,570                      |
| <i>RTA</i>    | 0,049 (0,216)                    | 215      | 0,378                      |
| <i>VISA</i>   | 0,187 (0,391)                    | 192      | -0,153                     |

Ҳар бир ўзгарувчи тавсифини ўрганиб чиққандан сўнг, 3.3 тенгликни Энг Кичик Квадратлар усули (OLS) восита-сида баҳолаймиз. Мазкур эконометрик регрессия натижалари 3.11. – жадвалнинг 1 - устунда келтирилган. Натижаларга кўра, тенглик маълумотлар базасига мос ва туристик оқимлардаги ўзгаришларнинг деярли 2/3 ( $R^2=0,63$ ) қисмини асослай олади.

Регрессиялар натижаларини изоҳлар эканмиз, Ўзбекистоннинг туризми ўсишида давлатлар орасидаги масофа, умумий чегаралар мавжудлиги, виза талабларини енгиллаштириш, дипломатик ваколатхоналар ва савдо алоқаларининг

ривожланганлиги муҳим омиллар эканини алоҳида қайд этамиз. Коэффициентлар статистик ва иқтисодий аҳамиятга эга, натижалар изоҳлари мантиқан тўғридир.

Шуни ҳам эътиборга олиш керакки, тадқиқот давомида куйидаги омилларни аниқлаштиришга эришдик. Ўзбекистонга ташриф буюрувчининг транспорт харажатлари 1% га ўсиши мамлакатимизга кирувчи оқимни 2,5% га қисқартиради. Донор-мамлакатларда аҳоли жон бошига ЯИМнинг 1% га ўсиши Ўзбекистонга туристик оқимни 0,9% га оширади. Яъни, туризм оқими давлат даромадлари ҳажми ўсиши билан ортади, масофа ўсиши билан эса камаяди. Донор мамлакатларда дипломатик ваколатхоналарнинг мавжудлиги туристик оқимни 3,5 % га оширади. Қолаверса, виза чекловлари эса мамлакатимизга туристик оқимни 80% гача камайтиради. Донор мамлакатларда денгизга чиқиш йўлларининг йўқлиги статистик аҳамиятга эга эмас. Қолаверса, сайёҳларнинг сув транспорти воситасида Амударё ва Сирдарё орқали Ўзбекистонга ташриф буюриши масаласи давлат органлари томонидан ўрганилмоқда.

3.11.-жадвал

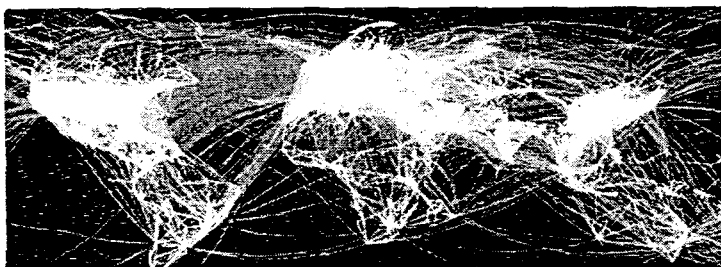
*Регрессиялар натижалари*

|        | Model (1)            | Model (2)            | Model (3)            |
|--------|----------------------|----------------------|----------------------|
|        | OLS                  | Tobit regression     | Heckman selection    |
| lnD    | -2,127***<br>(0,322) | -1,633***<br>(0,271) | -0,886***<br>(0,282) |
| lnY    | 0,802***<br>(0,176)  | 0,706***<br>(0,121)  | 0,658***<br>(0,114)  |
| LOCK   | 0,466<br>(0,490)     | 0,267<br>(0,406)     | -0,063<br>(0,353)    |
| BORDER | 3,187***<br>(1,086)  | 3,885***<br>(1,120)  | 5,061***<br>(0,901)  |
| RUS    | 0,952                | 1,094                | 1,271                |

|        |           |          |          |
|--------|-----------|----------|----------|
|        | (1,077)   | (2,192)  | (0,821)  |
| CIS    | 1,477     | 1,351    | 1,109    |
|        | (1,003)   | (1,006)  | (0,744)  |
| RTA    | 1,038     | 1,113    | 1,296*   |
|        | (1,030)   | (1,060)  | (0,762)  |
| DIP    | 3,284***  | 3,078*** | 2,710*** |
|        | (0,278)   | (0,299)  | (0,235)  |
| VISA   | -0,923*   | -0,786** | -0,551*  |
|        | (0,538)   | (0,386)  | (0,315)  |
| _cons  | 12,502*** | 9,692*** | 4,592*   |
|        | (3,265)   | (2,719)  | (2,677)  |
| N      | 174       | 174      | 179      |
| adj, R | 0,634     |          |          |

Изоҳ: қавсларда стандарт оғишлар, \* $p < 0,1$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

(2) ва (3) моделлар эса, мос равишда, Некман ва Tobit — моделлари натижаларини кўрсатади. Барча моделларда олинган коэффицентлар статистик аҳамияти юқори эканлигига эътибор қаратамиз. Бундай ҳолат натижалар ишончлиги эканлигини исботлайди.



3.9.-расм. Туристтик оқимлар глобал интенсивлиги

Ушбу харитада туризм оқимлари интенсивлиги берилган (3.9.-расм). Бунда оқимлар жудаям жўшқинлиги Ер шари-

нинг Европа қисмида, Шимолий Америка, Жануби-Шарқий Осиёда кузатилишини аниқлаймиз. Афсуски, Марказий Осиёда бундай серҳаракат оқимнинг ўта суствлиги кўри-ниб турибди. Шундай қилиб, туристик оқимлар глобал ин-тенсивлиги харитаси ҳам олинган натижалар ўринли экан-лигини яна бир карра тасдиқлайди.

Бундан ташқари гравитация модели Ўзбекистон турист-тик маҳсулоти ташвиқоти учун салоҳияти баланд бўлган давлатларни аниқлаш имконини берди. Натижаларга кўра, Европа иттифоқи давлатлари ва Буюк Британиядан яқин истиқболда ҳозирги кўрсаткичларга нисбатан 2% дан 20% гача кўшимча турист жалб қилиш мумкин.

Қолаверса, Миллий туризм ташвиқоти учун тарихий-маданий ва савдо-сотиқ алоқаларининг ривожланганлиги билан ажралиб турувчи жозибадор йўналишларга Латвия, Эстония каби Болтиқбўйи давлатлари, шунингдек, Чехия, Хорватия, Македония ва Босния каби Шарқий Европа мам-лакатларини киритиш мумкин.

Шунингдек, ўрта ва узоқ муддатли истиқболда ўзбек ту-ристик маҳсулотининг тарғиботи учун МДХ давлатларининг имкониятлари Шарқий Европа мамлакатларидан асло кам эмас (5%дан 30%гача)лигини эътибордан қочирмаслик ло-зим. Зеро, донор мамлакатдан Ўзбекистонга чиқувчи турист-тик оқим ҳажмини белгилувчи энг муҳим омиллар МДХ мамлакатлари учун қулай шароитда дейишга тўла ҳақли-миз. Бунда мазкур республикалар ва Тошкент ўртасидаги масофа нисбатан қисқа, дипломатик ва савдо алоқалар яхши ривожланган, тил билиш ва виза масалаларида муаммолар мавжуд эмаслиги ана шундай омиллар жумласига киради.

Малайзия, Ҳиндистон, Хитой, Индонезия, Япония, Жа-нубий Корея сингари Осиё давлатлари бозори мамлакатла-римиздаги умумшарқона анъаналар ва қадриятлар, мустаҳ-кам иқтисодий ҳамкорлик, қулай географик жойлашув, ай-ниқса, аҳолининг ўрта қатлам даромадлари мунтазам ошиб бораётганлиги туфайли ҳам салоҳияти юқори (10%дан 40%гача) эканлиги ўз исботини топмоқда. Шунингдек, Баҳ-

райн, Ўмон, Қувайт каби баъзи Яқин Шарқ мамлакатларидан амалга оширилувчи туристик оқимларнинг истиқболи энг порлоқ (40% дан ортиқ) бўлган донор мамлакатлар сифатида аниқланди.

Тадқиқотимизнинг мақсадларидан яна бири – туризм халқаро рақобатбардошлигининг туристик оқимларга таъсирини баҳолашдир. Адабиётни ўрганиш жараёнида туризм оқимларини прогнозлашда даромад, масофа, иқлим, табиий ва маданий ресурслар каби омиллар ҳисобга олинишига гувоҳ бўлдик. Мазкур илмий ишда, «дестинация рақобатбардошлиги халқаро туристик оқимларни белгиловчи муҳим омилдир» деган гипотеза олға сурилиб, қўйилган гипотеза ўринли эканлигини эмпирик жиҳатдан асослашга эришилди.

Қўйилган гипотезани текшириш учун 2-бобда келтирилган:

$$\log(TA_i) = \beta_1 + \beta_2 K_{ji} + \beta_3 \log(GDP)_i + \beta_4 \log(population)_i + \varepsilon_i \\ i=1, \dots, 140; j=1, \dots, 14$$

ифодани 140 та давлатдан иборат шартли танланма восита-сида баҳолаймиз. Энг аввало ўзгарувчилар орасидаги корреляция кўрсаткичлари аниқланди (3.12.-жадвал). Корреляцион таҳлил халқаро ташриф буюрувчилар сони (ТА), халқаро туризм тушумлари (TR) ва рақобатбардошлик индекси (ТСІ) орасида кучли корреляцион алоқа борлигини тасдиқлади. Халқаро ташриф буюрувчилар сони билан ахборот технологиялари ҳолати, ҳаво транспорти инфратузилмаси, туристик хизматлар инфратузилмаси ҳамда маданий мерос субиндекслари орасидаги юқори корреляцион боғлиқлик аниқланди. Шунингдек, ТА билан соғлиқни сақлаш ва санитария, хавфсизлик масалалари, инсон ресурслари ва меҳнат бозори, халқаро очиқлик, соҳа устуворлиги ва табиий ресурслар субиндекслари орасида ўртача кучли корреляция мавжудлиги тасдиқланди. Қизиқарлиси, ТСІ нинг субиндексларидан ишбилармонлик муҳити, баҳо рақобатбардошлиги ҳамда атроф-муҳит барқарорлиги ташриф буюрувчилар сонига сезиларли таъсир кўрсатмаслиги ҳам ўз исботини топди.

## Корреляцион таҳлил натижалари

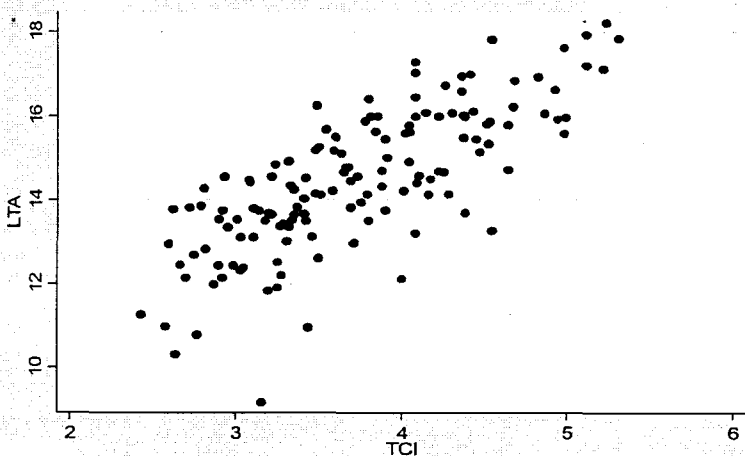
|     | TA        | TR        | TCI  | K1        | K2   | K3   | K4   | K5   | K6   | K7   | K8 | K9 | K10 | K11 | K12 | K13 | K14 |
|-----|-----------|-----------|------|-----------|------|------|------|------|------|------|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|
| TA  | 1,00      |           |      |           |      |      |      |      |      |      |    |    |     |     |     |     |     |
| TR  | 0,84      | 1,00      |      |           |      |      |      |      |      |      |    |    |     |     |     |     |     |
| TCI | 0,61      | 0,58      | 1,00 |           |      |      |      |      |      |      |    |    |     |     |     |     |     |
| K1  | -<br>0,04 | -<br>0,03 | -0,1 | 1,00      |      |      |      |      |      |      |    |    |     |     |     |     |     |
| K2  | 0,14      | 0,15      | 0,53 | 0,01      | 1,00 |      |      |      |      |      |    |    |     |     |     |     |     |
| K3  | 0,34      | 0,28      | 0,71 | -<br>0,05 | 0,48 | 1,00 |      |      |      |      |    |    |     |     |     |     |     |
| K4  | 0,35      | 0,35      | 0,81 | -<br>0,11 | 0,59 | 0,72 | 1,00 |      |      |      |    |    |     |     |     |     |     |
| K5  | 0,62      | 0,71      | 0,86 | -<br>0,08 | 0,6  | 0,82 | 0,83 | 1,00 |      |      |    |    |     |     |     |     |     |
| K6  | 0,28      | 0,28      | 0,69 | -<br>0,16 | 0,38 | 0,48 | 0,65 | 0,57 | 1,00 |      |    |    |     |     |     |     |     |
| K7  | 0,48      | 0,54      | 0,69 | -<br>0,16 | 0,30 | 0,48 | 0,59 | 0,57 | 0,57 | 1,00 |    |    |     |     |     |     |     |

142

|     |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |      |      |      |      |      |      |
|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------|------|------|------|------|------|
| K8  | -<br>0,23 | -<br>0,32 | -<br>0,50 | 0,04      | -<br>0,38 | -<br>0,35 | -<br>0,41 | -<br>0,47 | -<br>0,38 | -<br>0,45 | 1,00      |      |      |      |      |      |      |
| K9  | 0,14      | 0,17      | 0,47      | 0,03      | 0,56      | 0,31      | 0,41      | 0,50      | 0,36      | 0,39      | -<br>0,55 | 1,00 |      |      |      |      |      |
| K10 | 0,65      | 0,73      | 0,88      | -<br>0,07 | 0,43      | 0,56      | 0,70      | 0,76      | 0,57      | 0,52      | -<br>0,45 | 0,36 | 1,00 |      |      |      |      |
| K11 | 0,54      | 0,61      | 0,81      | -<br>0,11 | 0,55      | 0,61      | 0,71      | 0,79      | 0,59      | 0,57      | -<br>0,47 | 0,52 | 0,72 | 1,00 |      |      |      |
| K12 | 0,60      | 0,68      | 0,83      | -<br>0,09 | 0,47      | 0,72      | 0,68      | 0,80      | 0,69      | 0,59      | -<br>0,48 | 0,51 | 0,70 | 0,70 | 1,00 |      |      |
| K13 | 0,52      | 0,52      | 0,58      | -<br>0,02 | 0,04      | 0,12      | 0,32      | 0,27      | 0,30      | 0,38      | -<br>0,26 | 0,12 | 0,48 | 0,18 | 0,32 | 1,00 |      |
| K14 | 0,72      | 0,72      | 0,72      | -<br>0,06 | 0,13      | 0,39      | 0,39      | 0,45      | 0,28      | 0,40      | -<br>0,35 | 0,07 | 0,63 | 0,41 | 0,40 | 0,66 | 1,00 |

143

Халқаро ташриф буюрувчилар сони билан туризм рақобатбардошлиги индекси орасидаги боғлиқлик характери аниқлаш учун уларни скаттер-диаграмма кўринишида тасвирлаймиз (3.10.-расм). Бунда ўзгарувчилар орасида чизикли боғлиқлик мавжудлигини кўриш мумкин. Демак, юқорида келтирилган модель тўғри танланган, деб хулоса қилишга ҳақлимиз.



3.10.-расм. Халқаро ташриф буюрувчилар сони билан туризм рақобатбардошлиги индекси орасидаги боғлиқлик скаттер-диаграммаси

Регрессия натижалари 3.13.-жадвалда келтирилган. Натижалар мантиқийлиги ва ишончлигини назорат қилиш учун олинган мамлакатлар ЯИМ ва аҳолиси сони ўзгарувчилари киритилди. Ўзгарувчилар барча регрессияларда ишора ва статистик аҳамиятлилик жиҳатидан ҳаққоний баҳоланганини эътироф этамиз. Мамлакатларнинг ЯИМ мусбат ишорага эга ҳамда 1% даражада статистик аҳамиятлидир. Коэффициентнинг миқдорий маъноси мамлакатнинг ЯИМ 1% га юқори бўлса, унга туризм оқимлари 0,34% дан – 0,9% гача ёки ўртача 0,68% га ортиқ бўлишини англатади. Демак, юқори ЯИМли мамлакатларга халқаро ташриф буюрувчилар сони нисбатан кўп бўлади.

Аҳоли сонини кўрсатувчи аҳоли (POP) ўзгарувчиси ҳам 1% аниқликда статистик аҳамиятли ва мусбат ишорага эга.

Энг асосийси, TCI ва унинг K1 (ишбилармонлик муҳити) ва K8 (баҳо рақобатбардошлиги) дан ташқари бошқа барча субиндекслари ташриф буюрувчилар сонига таъсири статистик жиҳатдан юқори аҳамиятли эканлиги аниқланди, бундай натижани корреляцион таҳлилларда ҳам кузатиш мумкин. Демак, мамлакатнинг халқаро туризм бозоридаги рақобатбардошлиги халқаро туристлар оқимиға салмоқли таъсир кўрсатади. Яъни, TCI нинг 1 стандарт оғиш ҳажмиға юқори бўлиши, мамлакатға туристлар оқими ҳажмини 1,33 % га ошишиға мувофиқ келади. Худди шундай, бошқа субиндексларнинг 1 стандарт оғиш ҳажмиға ўсиши туристик оқимларнинг жадвалдаги қийматларға мос равишда юқори бўлишини кўрсатди.

Натижаларға кўра, мамлакатдаги ишбилармонлик муҳити ҳамда арзон нархлар ташриф буюрувчилар сонига бевоcита таъсир кўрсатмайди. Ҳақиқатан, бугунги турист юқори савияли хордиқ ва сифатли хизмат учун маблағ сарфлашни истайди, сайёҳларнинг индивидуаллашган туристик маҳсулотға қизиқишининг тобора ортиб бораётгани ҳам айнан шу ҳолатни тасдиқлайди.

Олинган натижалар қатъийлиги (robustness) бир неча усулда текширилди. Масалан, Шарқий Европа ва МДХ давлатларида туризм бозор муносабатлари шароитидаги ривожланиши бошқа давлатлардан фарқ қилишини эътиборға олган ҳолда танланмадан бу давлатларни истисно қилиш асосида регрессиялар амалға оширилди. Бироқ, бунда натижаларда сезиларли ўзгаришлар кузатилмади. Бундай ҳолат 3.12.-жадвалда келтирилган натижалар қатъий, ишончли ва холис эканини англатади.

Жадвалда олинган натижалар Ўзбекистон учун қандай маъно касб этишини бенчмаркинг усули воситасида аниқлаймиз. Бунинг учун ВЭФнинг туризм рақобатбардошлиғиға бағишланган 2008 ва 2015 йиллардаги маърузаларидан фойдаланамиз. Мамлакатимиз мазкур рейтингнинг 2008 йил нашрида қайд этилган бўлиб, ўша вақтда Ўзбекистон 130 та мамлакат



Регрессиялар натижалари (тобе ўзгарувчи  $\log(TA)$ )

|                  |                   |                  |                 |                   |                   |                   |                   |                  |                   |                   |  |  |  |
|------------------|-------------------|------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|--|--|--|
| TCl              | 1,33***<br>[0,19] |                  |                 |                   |                   |                   |                   |                  |                   |                   |  |  |  |
| K <sub>2i</sub>  |                   | 0,21**<br>[0,12] |                 |                   |                   |                   |                   |                  |                   |                   |  |  |  |
| K <sub>3i</sub>  |                   |                  | 0,23*<br>[0,11] |                   |                   |                   |                   |                  |                   |                   |  |  |  |
| K <sub>4i</sub>  |                   |                  |                 | 1,01***<br>[0,17] |                   |                   |                   |                  |                   |                   |  |  |  |
| K <sub>5i</sub>  |                   |                  |                 |                   | 0,69***<br>[0,14] |                   |                   |                  |                   |                   |  |  |  |
| K <sub>6i</sub>  |                   |                  |                 |                   |                   | 0,66***<br>[0,11] |                   |                  |                   |                   |  |  |  |
| K <sub>7i</sub>  |                   |                  |                 |                   |                   |                   | 0,46***<br>[0,10] |                  |                   |                   |  |  |  |
| K <sub>9i</sub>  |                   |                  |                 |                   |                   |                   |                   | 0,39**<br>[0,16] |                   |                   |  |  |  |
| K <sub>10i</sub> |                   |                  |                 |                   |                   |                   |                   |                  | 0,37***<br>[0,11] |                   |  |  |  |
| K <sub>11i</sub> |                   |                  |                 |                   |                   |                   |                   |                  |                   | 0,46***<br>[0,10] |  |  |  |

146

|  |                                       |  |  |  |                                      |                                       |  |  |  |  |  |                                       |  |  |
|--|---------------------------------------|--|--|--|--------------------------------------|---------------------------------------|--|--|--|--|--|---------------------------------------|--|--|
| K <sub>12i</sub>   |                                       |  |  |  |                                      |                                       |  |  |  |  | 0,64***<br>[0,09]                      |                                       |  |  |
| K <sub>13i</sub>   |                                       |  |  |  |                                      |                                       |  |  |  |  |  | 0,23**<br>[0,10]                      |  |  |
| K <sub>14i</sub>   |                                       |  |  |  |                                      |                                       |  |  |  |  |  |                                       | 0,29***<br>[0,10]                      |  |
| Log<br>(GDP) <sub>i</sub>  | 0,34**<br>[0,11]<br>0,44***<br>[0,04] | 0,89***<br>[0,08]<br>0,59***<br>[0,05] | 0,79***<br>[0,12]<br>0,55***<br>[0,05] | 0,61***<br>[0,09]<br>0,55***<br>[0,04] | 0,32*<br>[0,15]<br>0,57***<br>[0,05] | 0,76***<br>[0,07]<br>0,59***<br>[0,5] | 0,81***<br>[0,08]<br>0,54***<br>[0,05] | 0,90***<br>[0,08]<br>0,61***<br>[0,05] | 0,68***<br>[0,11]<br>0,50***<br>[0,05] | 0,66***<br>[0,09]<br>0,58***<br>[0,05] | 0,43***<br>[0,09]<br>0,61***<br>[0,04] | 0,9***<br>[0,07]<br>0,48***<br>[0,06] | 0,78***<br>[0,09]<br>0,39***<br>[0,07] |  |
| log(pop) <sub>i</sub>  | -0,86<br>[1,04]                       | -4,5***<br>[1,25]                      | -3,1***<br>[1,15]                      | -4,7***<br>[1,03]                      | -0,5***<br>[1,22]                    | -4,2***<br>[1,04]                     | -3,3***<br>[1,05]                      | -5,4***<br>[0,87]                      | -1,28<br>[1,27]                        | -2,8***<br>[1,08]                      | -2,14<br>[0,98]                        | -2,6***<br>[1,2]                      | 0,78<br>[1,72]                         |  |
| Конста   | 140                                   | 140                                    | 140                                    | 140                                    | 140                                  | 140                                   | 140                                    | 140                                    | 140                                    | 140                                    | 140                                    | 140                                   | 140                                    |  |
| Таъна  |                                       | 2                                      | 3                                      | 4                                      | 5                                    | 6                                     | 7                                      | 9                                      | 10                                     | 11                                     | 12                                     | 13                                    | 14                                     |  |
| Таъна<br>Детер-<br>минация<br>коэффи-<br>циенти<br>(R <sup>2</sup> ) | 0,75                                  | 0,67                                   | 0,67                                   | 0,73                                   | 0,71                                 | 0,74                                  | 0,71                                   | 0,67                                   | 0,69                                   | 0,70                                   | 0,77                                   | 0,67                                  | 0,68                                   |  |

147

Изоҳ: квадрат қавсларда стандарт оғишлар қиймати келтирилган; \*\*\*, \*\*, \* белгилари - мос равишда 1%, 5% ва 10% аниқликда статистик аҳамиятлиликни билдиради.

ичида 90-ўринни эгаллаган эди. Мазкур маърузада келтирилган Ўзбекистонга тегишли маълумотлар 8 - иловада берилган.

Ушбу индекс таркибидаги кўрсаткичлар таҳлилига асосланиб, қуйидаги жадвалда Ўзбекистоннинг туризм соҳаси устунлик жиҳатлари ҳамда рақобатчилиги нисбатан паст жиҳатлари келтирилган (3.14-жадвалга қаранг).

3.14.-жадвал

*Ўзбекистоннинг туризм соҳасининг кучли ва кучсиз томонлари*

| Кучли жиҳатлари   | Рейтингдаги ўрни | Кучсиз жиҳатлари                       | Рейтингдаги ўрни |
|---|------------------|--|------------------|
| хизмат сафарларини узайтириш тавсияси; меҳмонхона нархлари индекси; | 2                | енгил автомобиль ижараси компаниялари; |                  |
| харид қобилияти паритети;   | 7                | атроф муҳитни муҳофаза қилиш;          | 123              |
| туризмнинг давлат томонидан устуворлаштирилиши;                     | 17               | конвенцияларини ратификация қилиш;     | 123              |
| темирйўл транспорти инфратузилмаси;                                 | 24               | туризм тушумлари;                      | 122              |
| бизнесни ташкил этишга сарфланадиган вақт;                          | 24               | банкоматлар; халқаро кўргазмалар сони; | 120              |
| таълим тизими сифати;   | 24               | меҳмонхона жойлари сони;               | 119              |
| соғлиқни сақлаш тизими;   | 32               | туризм кўрмаларида иштирок этиш;       | 114              |
| туризм ривожланишининг барқарорлиги;                                | 33               | виза талаблари; спорт стадионлари;     | 111              |
| ўрта таълимнинг қамров даражаси;                                    | 34               | миллий кўриқланадиган жойлар;          | 110              |
| ҳаво йўллари транспорти инфратузилмаси;                             | 43               | порт                                   | 109              |
| жаҳон маданий ёдгорликлари сони                                     | 44               | инфратузилмаси*                        | 91               |
|   | 46               |  | 123              |

*Изоҳ:* \*Ўзбекистоннинг табиий-жўғрофий тузилиши хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда, мазкур кўрсаткични яхшилашнинг имкониятлари чегараланган.

Халқаро таққослашлар Ўзбекистоннинг туризм соҳасидаги устунликлари, асосан, халқимизнинг меҳмондўстлик анъаналари билан биргаликда маданий ҳамда туристик ресурсларида мужассамланганини кўрсатди. Республиканинг қулай қуруқ иқлими, бетакрор табиий ландшафти, ноёб меъморий ёдгорликлари, қадимий миллий таомлари ўз навбатида экотуризм, гастрономик, фаол ва саргузаштли, тоғ-чанғи, конгресс, тиббий ҳамда туризмнинг кўплаб бошқа турларини йил давомида ривожлантириш имконини беради.

Бундан ташқари, янги туристик ташкилотларнинг туризм бозорига кириш (бизнесни ташкил этишга сарфланадиган вақт), қурилишга рухсат олиш харажатларининг паст даражаси (жон бошига ЯИМдаги улуши рақобатчи давлатларда 183%, Ўзбекистонда 49%) соҳанинг яна бир устун томонларидан ҳисобланади (*3.16.-жадвал*). Бундан ташқари, меҳмонхона нархлари индекси, харид қобилияти паритети, туризмнинг давлат томонидан устуворлаштириш, ҳаво йўллари, темирйўл ва автомобиль транспорти инфратузилмаси, таълим тизими сифати, соғлиқни сақлаш тизими каби индекслар ҳам Ўзбекистоннинг туризм соҳасидаги рақобатбардошлигини янги поғоналарга кўтаришда муҳим ўрин тутмоқда.

Давлатимизда халқаро туризм ривожланишининг ижобий томонлари билан биргаликда, уни чекловчи омилларга туризм инфратузилмасининг (меҳмонхоналар, банкотматлар, енгил автомобиль ижараси) миқдорий кўрсаткичларининг нисбатан пастлиги, виза олиш, шунингдек, туристларни кутиб олиш ва кузатиш билан боғлиқ жараёнлардаги қийинчиликлар, атроф-муҳитни ҳимоя қилиш халқаро конвенцияларининг ратификацияси, миллий туризм ташвиқоти, Интернетдан фойдаланиш интенсивлиги пастлиги кабилар (*3.14.-жадвал*) республикамызда туризмнинг қисқа муддатларда равнақ топишига тўсиқ бўлмоқда. Ўзбекистонда 2015 йил 1 январь ҳолатига сайёҳларни жойлаштириш муассасаларининг умумий фонди 17131 хона ёки 32969 ўрин-

жойни ташкил этади. Ушбу кўрсаткич Ўзбекистонда 100 кишига 0,1 га тўғри келиб, жаҳон миқёсидаги даражадан нисбатан паст экани аниқланган. Таққослаш учун 3.15.-жадвалда туризм соҳасида етакчи бўлган ҳамда туризм бозорида Ўзбекистонга рақобатчи давлатлардаги 100 кишига тўғри келувчи жой сони келтирилган.

3.15.-жадвал

*Туризмда етакчи бўлган ҳамда бошқа Ўзбекистонга рақобатчи мамлакатлардаги 100 кишига тўғри келувчи жой сони (2013 йил ҳолатига)*

| Мамлакатлар | Туризм инфратузилмаси кўрсаткичлари               |                                       |   |
|-------------|---|---------------------------------------|---|
|             | Меҳмонхоналарда 100 кишига тўғри келувчи жой сони | Енгил автомобил арендаси компаниялари | Банкоматлар (виза карточки) 1 млн. кишига |
| Испания     | 1,9   | 6                                     | 1390,8                                    |
| Франция     | 1,0   | 7                                     | 1082,9                                    |
| Туркия      | 0,5   | 6                                     | 785,2                                     |
| Арманистон  | 0,5   | 4                                     | 670,6                                     |
| Грузия      | 0,3   | 5                                     | 832,1                                     |
| Россия      | 0,2   | 5                                     | 1373                                      |
| Озарбайжон  | 0,2   | 2                                     | 488,8                                     |
| Украина     | 0,2   | 6                                     | 603,7                                     |
| Қозоғистон  | 0,2   | 1                                     | 1087,6                                    |
| Ўзбекистон  | 0,1   | 0                                     | -   |
| Эрон        | 0,1   | 1                                     | -   |
| Қирғизистон | 0,0   | 0                                     | 376                                       |

Манба: ВЭФ 2015

Ўзбекистоннинг денгизлар ва океанларда хизмат кўрсатадиган сув транспортига тўғридан-тўғри чиқиш имконияти бўлмагани туфайли ҳосил бўлган объектив омил ҳам

соҳанинг халқаро рақобатбардошлигига салбий таъсир кўрсатмоқда. Булардан ташқари, туризм ривожланишида жиддий чекловчи омиллардан бири давлат институтларининг сифат даражасидир. Инвесторларнинг институционал ҳимояси рақобатчи мамлакатлардагига нисбатан 50%га пастлиги ҳам аниқланган. Давлат институтлари сифат кўрсаткичи бўйича ҳам Ўзбекистон (-1,27) рақобатчи давлатлардан (-0,61) ва жаҳон ўртача қийматларидан (-0,04) ортда қолмоқда (3, 16.-жадвал).

3.16.-жадвал

| Кўрсаткичлар  | Ўзбекистон | Рақобатчи давлатлар |
|---|------------|---------------------|
| <i>Умумий инфратузилма сифати</i>                                       |            |                     |
| Интернетдан фойдаланувчилар   | 38         | 46(38)              |
| Темир йўллар узунлиги (1000 кв.км)                                      | 10         | 16(30)              |
| Телекоммуникацияга хусусий инвестициялар (жон бошига АҚШ долл.)         | 20         | 27(20)              |
| <i>Экология ва соғлиқни сақлаш</i>                                      |            |                     |
| СО <sub>2</sub> чиқиндилари 1 АҚШ долл.ЯИМга                            | 0,89       | 0.47(0.39)          |
| Саломатлик ва соғлиқни сақлаш субиндекси                                | 5,3        | 5,5 (5,4)           |
| <i>Ишбилармонлик муҳити</i>   |            |                     |
| Хусусий секторга банк кредитлари (% ЯИМ)                                | 25         | 37,6(88,4)          |
| 1 контейнер маҳсулот экспорти нархи (АҚШ долл.)                         | 4785       | 2559(1515)          |
| Қурилишга рухсат олиш харажатлари (жон бошига ЯИМ да %)                 | 49         | 183(360)            |
| Инвесторлар ҳимояланганлиги индекси (1-мин., 10-макс.)                  | 4          | 6(5)                |
| Мижозлар билан ишлашда Интернетдан фаол фойдаланадиган корхоналар улуши | 18         | 64(48)              |
| Давлат институтлари сифати (-3 – мин., +3-макс.)                        | -1,27      | -0,61               |

### III БОБ БЎЙИЧА ХУЛОСАЛАР

Ўзбекистон Республикасида туризм соҳаси сўнгги йилларда тез суръатларда ривожланаётгани хорижий молия институтлари ва экспертлари томонидан эътироф этилмоқда. Юқори ижтимоий-иқтисодий аҳамиятга молик туризм соҳасининг бугунги кунда Ўзбекистон иқтисодиётига кўрсатаётган мультипликатив таъсири 3,2 мартага тенг, яъни бевосита туризм соҳасида яратилган ҳар 1 сўм, иқтисодиётда 3,2 сўмли маҳсулот ва хизмат яратилишига асос бўлади.

Республикада туризмни ривожлантириш бўйича мавжуд юқори салоҳиятга қарамасдан, туризмнинг давлатимиз иқтисодиётидаги улуши рақобатчи дестинациялардагидан сезиларли равишда, жаҳон ЯИМдаги ҳиссасидан эса қарийб 3 баробар пастдир. Ўзбекистон туризм соҳасида олинган реал даромадлар (мультипликатив самараси билан) ҳажми дунё бўйича 115 ўринда, унинг ЯИМдаги улуши бўйича эса 179 ўринда экани аниқланди<sup>1</sup>.

Ўзбекистонда ҳудудий номуносиб ривожланиш туризм соҳасида яққол кўзга ташланадиган тенденциялардан бири сифатида аниқланган. Масалан, юртимизда барча меҳмонхона ва бошқа жойлаштириш муассасалари фондининг қарийб 32% Тошкент шаҳрида, 15% Самарқанд, 8,5% Бухоро вилояти, 7,4% Тошкент вилоятлида жойлашган. Республиканинг туризм хизматлари кўрсатувчи ташкилотларининг қарийб 75% Тошкент шаҳрида, 13% – Самарқанд, 3,5 % – Бухоро, 1,2 % – Хоразм вилоятларида, 0,6 % – 0,9% эса қолган ҳудудларда фаолият юритмоқда.

Ўзбекистонга ташриф буюрувчилар кўлами жиҳатидан Қозоғистон, Тожикистон, Қирғизистон, Туркманистон Республикалари, Россия Федерацияси, Туркия, Корея Респуб-

---

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Committee (2016). Travel and Tourism Economic Impact 2016: Uzbekistan. WTTC, London.

ликаси, Ҳиндистон, Хитой, Эрон ва Германиялик сайёҳлар етакчилик қилмоқда. Ушбу оқимлар катталигини белгиловчи омиллар сифатида транспорт харажатлари, донор-мамлакатларда аҳоли жон бошига ЯИМ ва донор-мамлакатларда дипломатик ваколатхоналарнинг мавжудлиги, виза чекловлари кабиларни кўрсатиш мумкин.

TLG гипотезаси мамлакатимиз шароитида ўринли эканлиги Коинтеграция тестлари ва ЕСМ модели воситасида исботланди. Қисқа муддатли даврда туризмнинг иқтисодий ўсишга бевосита таъсири жуда кичик бўлишига қарамасдан, узоқ муддатли даврда уларнинг мувозанатга интилиши юқори эканлиги тасдиқланди. Бу эса ўз навбатида, туризм Ўзбекистон иқтисодиёти ўсиши барқарорлигини таъминлашда юқори салоҳиятга эга эканлигини англатади.

Гравитация модели натижаларига кўра, Ўзбекистон туристик маҳсулоти ташвиқоти учун салоҳияти баланд давлатлар сифатида Европа иттифоқи давлатлари ва Буюк Британия (2% - 20%); Латвия, Эстония каби Болтиқбўйи давлатлари, Чехия, Хорватия, Македония ва Босния каби Шарқий Европа (5% - 30%) мамлакатлари; Малайзия, Ҳиндистон, Хитой, Индонезия, Япония, Жанубий Корея (10% - 40%) сингари Осиё мамлакатлари ҳамда Баҳрайн, Ўмон, Қувайт каби Яқин Шарқ давлатлари (40%дан ортиқ) кўрсатилди.

Ундан ташқари, давлатлараро регрессиялар воситасида халқаро туризм бозоридаги рақобатбардошлик даражасининг халқаро туристлар оқимига таъсир кўрсатиш характери аниқланди. Натижаларга кўра, ТСИ нинг I стандарт оғиш ҳажмига юқори бўлиши, мамлакатга туристлар оқими ҳажмини 1,33 % га ортишига замин яратади. Худди шундай, бошқа субиндексларнинг I стандарт оғиш ҳажмига ўсишининг туристик оқимларга юқоридаги *3.13.-жадвал*да кўрсатилган маълум миқдорда таъсир қилишини аниқланди.

---

---

## IV БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИНИНГ УЗОҚ МУДДАТЛИ ИСТИҚБОЛЛАРИ

### 4.1. Ўрта ва узоқ муддатли истиқболда туризм ривожланишининг прогнозлари

Туризм фаолияти хусусий сектор замирида шаклланиб, унинг барқарорлиги давлат органларининг зарур ҳуқуқий, сиёсий, иқтисодий ва бошқа кафолатларни таъминлаши билан эришилади.<sup>1</sup> Шуни ёлда тутмоқ керакки, туризмнинг бозор омилларигагина асосланиб ривожланиши атроф-муҳит ва ижтимоий барқарорликка жиддий хавф солади. Жаҳон тажрибасидан маълумки, туризм тармоғининг бетартиб ривожланишини чеклаш, табиий ва маданий бойликларни келажак авлодларга етказиб беришни таъминловчи механизмларни ишлаб чиқиш сингари вазифаларини давлат ўз зиммасига олади.

Ўзбекистон сиёсий мустақилликка эришган илк даврдан бошлаб, барқарор туризм ривожланишини таъминлашда ёнма-ён равишда маҳаллий ва хорижий сайёҳларни кенг қўламда жалб этиш, асрлар давомида тўпланган бой тарихий-маданий меросни дунё бўйлаб тарғиб қилиш масалалари давлат сиёсати даражасига кўтарилди. Зеро, чет эллик сайёҳлар сонининг ўсиши республикага хорижий валюта тушумини кўпайтиришда, экспорт диверсификациясини амалга оширишда, аҳоли турмуш даражасини юксалтиришда муҳим ўрин тутди. Шунингдек, маҳаллий туризмнинг ривожланиши ёшларда ватанпарварлик, ўзлигини англаш туйғуларининг кучайишини, юртимизни жаҳон туризм бозорига турли салбий таъсирлардан ҳимоя қилишни таъминлайди.

Туризмнинг бундай кенг қамровли ижобий таъсирлари са-

---

<sup>1</sup> Криворучко В. И., Варвашян А.О. Формирование механизмов стимулирования экономического развития туризма в регионе//Отраслевая экономика.(36) УЭжС, 12/2011.



бабли унинг ривожланишини тартибга солишда давлат ишти-роки талаб қилиниши ва қулайлик ва имтиёзлар тақдим қили-ниши кўринишидаги эътибор қаратилишига мустаҳкам асос яратади. Зотан, соҳа бўйича норматив-ҳуқуқий ва солиққа тортиш тартибларини такомиллаштириш, шунингдек, соҳа инфратузилмасига давлат ва хусусий сектор инвестициялари-ни рағбатлантириш ҳамда кадрларни тайёрлаш каби страте-гик юмушларни давлат ўзининг туризм ривожланишини тар-тибга солишдаги муҳим вазифалари қаторига киритди.

Жаҳон ва хусусан Ўзбекистонда туризм ривожланиши тен-денциялари ҳамда прогнозлаштиришда қўлланилган кўрсат-кичлар динамикаси таҳлилларига асосланиб, юртимизда ту-ристик дестинация ҳаёт циклининг тақдимот босқичи якуни ва ўсиш босқичи бўсағасида турганлиги аниқланди. Тақди-мот босқичида маҳаллий аҳоли сайёҳларни ўзлари жалб қила бошлайдилар. Туристлар сонининг ортиб бориши, қўшимча дароматларнинг кўпайиши ўз навбатида маҳаллий ҳокимият органларини жойлардаги инфратузилмани ривожлантириш-га рағбатлантиради. Бундан кейинги босқичда туристлар сони интенсив ўсиш фазасига ўтади, ҳатто баъзида маҳаллий аҳоли сонидан ҳам ортиб кетади. Туризм ривожланишини назорат қилиш маҳаллий ҳокимият ваколатидан ташқи компаниялар измига ўтади. Бундай кескин ўсишнинг салбий томонлари ҳам мавжуд, чунки бундай шароитда туристик дестинацияда аҳоли сони кескин ошиб кетиши мумкин. Айнан шу даврда барқарор туризм тамойилларига амал қилиш ва юқори си-фатли кадрларга эҳтиёж кучайиши кузатилади.

Давлатнинг барқарор туризм ривожланишини таъмин-лаш учун изчил сиёсатини шакллантириш бўйича қатор давлатлар тажрибасини ўрганиш давомида узоқ муддатга стратегик режалаштириш ва илмий асосланган прогнозлар-нинг аҳамияти ортиб бораётгани кузатилади.

Ўзбекистонда туризм ривожланиши прогнозлари расмий манбаларда келтирилган ахборотлар ва тадқиқотда қўллан-ган моделлар натижалари асосида ишлаб чиқилди (4.1. - жад-вал). Берилган прогнозларни тақдим этишда туризм соҳа-

сига таъсир кўрсатувчи омиллар қамровининг кенглиги эътиборга олинган. Узоқ муддатли режалаштиришда юқори аҳамиятга эга бўлган омилларнинг ижобий таъсирини ошириш ва салбий таъсирларини камайтириш орқали туризм соҳасида ижобий ва барқарор ўсишни таъминлаш имкони яти мавжуд. Олинган прогнозлар Жаҳон Туризм ва сайёҳлик қўмитаси томонидан берилган прогнозлар билан таққосланганда, мазкур қўмита олимлари ҳам Ўзбекистон Республикасида туризм ўсиши суръатлари юқори бўлишини башорат қилаётганлигини кўриш мумкин (4.1.-жадвал).

4.1-жадвал

**Ўзбекистон Республикасида туризм ривожланишининг прогнозлари**

|   | 2015  | 2020  | 2025  | 2030  |
|---|-------|-------|-------|-------|
| <b>Муаллиф ҳисоб-китоблари</b>  |       |       |       |       |
| Прогноз (млн. киши)   | 1,917 | 2,963 | 4,622 | 7,046 |
| Ўсиш суръатлари (%да)   |       | 9,1   | 9,3   | 8,8   |
| <b>Жаҳон Туризм ва сайёҳлик қўмитаси (WTTC) прогнозлари<sup>1</sup></b> |       |       |       |       |
| Прогноз (млн. киши)   | 1,917 | 2,791 | 4,081 | 5,665 |
| Ўсиш суръатлари (%да)   |       | 7,9   | 7,9   | 6,5   |

Ҳисоб-китобларга асосан туризм соҳасининг ўсиш суръатлари 2016–2020 йиллар орасида 9,1 %, 2020 – 2025 йилларда 9,3 % ва 2025 - 2030 йилларда 8,9 % ни ташкил этади. Бунинг натижасида ташриф буюрувчилар сони 2015 йилдаги 2 млн. кишидан 7 млн. кишигача етади. Ушбу прогнозлар қуйидаги фаразларга асосланади ва амалга ошиши айрим шартларнинг бажарилишига тўлиқ боғлиқ:

- жаҳонда ва Ўзбекистонда туризм ривожланишида кечаётган тенденциялар кескин ўзгармайди;

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Committee (2016). Travel and tourism economic impact 2016: Uzbekistan. WTTC, London.

- Ўзбекистон ҳукумати жаҳон иқтисодий-молиявий инқирози туфайли вужудга келаётган муаммолар ва хавф-хатарларни муваффақиятли бартараф этишда давом этади;

- республикамизда терроризм ва бошқа глобал таҳдидларни илдиз отишига йўл қўймаслик, тинчлик ва осойишталик тўлиқ ҳукмронлик қилиши таъминланади;

- маҳаллий ва халқаро туризм инфратузилмасини ривожлантириш давом эттирилади;

- туризм соҳасида кадрлар сифатини оширишга эришилади;

- Ўзбекистон Республикасида юритилаётган виза сиёсати такомиллашиб боради ва хорижий сайёҳларни қониқтирадиган даражага келтирилади.

Олинган прогнозларнинг амалга ошишига мамлакатимизда туризм соҳасида юқори малакали кадрлар етишмаслиги, туризм сиёсатининг изчил амалга оширилмаслиги натижасида белгиланган мақсадларга эришмаслик, шунингдек, авиаташув ва жамоатчилик жойларида қутилмаганда террорчилик ҳолатларининг содир этилиши каби хавф-хатарлар натижасида халқаро туризм ўсишининг пасайиши тўсқинлик қилиши мумкинлигини прогноз қилиб, бундай кўнгилсизликларни келтириб чиқарган манбаларни бартараф этишга алоҳида эътибор қаратилади. Бу хатарларни олдини олиш ва батамом бартараф этиш бўйича ҳукумат амалга оширилиши лозим бўлган чора-тадбирлар қуйида батафсил келтирилади. Юқориди келтирилган прогнозларни Ўзбекистон туризмни ривожлантириш миллий стратегияси ёки Бош режасининг асоси сифатида танлаш тавсия этилади.

Стратегия ўзида умумий ва ўзига хос чора-тадбирлар муҳассам этган дастурлар бўлиб, унинг концептуал тузилиши 4.2.-расмда келтирилган. Илмий тасдиғини топиб тавсия этилган чора-тадбирларни изчил амалга оширилиши халқаро туризм бозориди Ўзбекистоннинг рақобатбардошлигини бир неча поғонага оширади. Бу эса, Ўзбекистонда туризм ривожланишининг узоқ муддатли стратегик мақсадлари сифатида туризм тушумларини ўстириш, экологик ва ижтимоий барқарорликни ҳамда аҳолининг муносиб турмуш тарзини таъминлашга кенг йўл очади. Туризм тушумларини ўстириш мақсадини

ҳукумат сиёти жиҳатдан янада ойдинлаштирилса, туризм тушумларини 2030 йилгача мамлакат ЯИМ сидаги улушини икки баробар ошириш кундек равшан бўлади. Шунда унинг ЯИМ-даги умумий улуши 6,5 % етади ва жаҳон кўрсаткичлари орасидаги кескин тафовутлар кескин қисқаради. Мазкур концепцияда ана шу мақсадга эришиш йўлидаги вазифаларнинг устувор йўналишлари сифатида туризм тарғиботининг сифат ва қўламини ошириш; туристик хизматлар ва маҳсулотлар сифатини ошириш ҳамда ишбилармонлик муҳитини яхшилаш каби кенг қамровли вазифалар белгиланган.

Тақдим қилинган йўналишлар бўйича таклиф этилган чоратadbирлар ўрганилган халқаро тажриба ва монографиянинг III бобида келтирилган халқаро таққослашлар ҳамда махсус эконометрик таҳлилларга асосланиб ишлаб чиқилган.



4.2.-расм. Ўзбекистонда барқарор туризм ривожланиши стратегиясининг концептуал шакли

Юқорида кўрсатилган чора-тадбирларни изчил амалга оширилиши халқаро туризм бозорида Ўзбекистоннинг рақобатбардошлигини оширади ва туристлар орасида машҳур ва ҳамиша интиладиган дестинациялардан бирига айланишига замин яратади.

#### **4.2. Ўзбекистонда туризм барқарор ривожланишини таъминлашнинг институционал асосларини такомиллаштириш**

Дунё мамлакатлари орасида тадбиркорлик ва кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш орқали барқарор ривожланишни таъминлашга йўналтирилган саъй-ҳарақатлар кўлами ортиб бормоқда. Ўзбекистонда 2016 йил 4 декабрда ўтган умумхалқ сайловларидан сўнг Ўзбекистон Республикасининг янги сайланган Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Сенат раисининг биринчи ўринбосари лавозимини таъсис этиш ва унинг зиммасига тадбиркорликни ривожлантириш, миллий дастурларда инновацияни тарғиб қилиш, хорижий инвестициялар ва янги технологияларни республикамиз иқтисодиётига кенг жалб этиш масалаларини мувофиқлаштириш вазифаларини юклатиш ва тадбиркорлик ва кичик бизнес йўлидаги муаммоларни кескин бартараф этиш ҳақидаги ташаббуси халқаро бизнес – жамоатчилиكنинг эътиборини тортмоқда. Шу сабабли, дунёнинг ривожланган мамлакатлари қатори Ўзбекистонда ҳам институционал муҳитнинг иқтисодиётга таъсирини кузатиш ва қулай ишбилармонлик муҳитини янада такомиллаштириш долзарб масала бўлиб тураганидан дарак беради, деб хулоса қилишимиз мумкин.

Шахснинг тадбиркорликка кириб келиши расмий ва норасмий ҳуқуқ нормалари, феъл-атвор нормалари, қонунлар ва қарорлар каби институтлар асосида бошқарилади. Мазкур институтларнинг кучлилиги ва ишончлилиги иқтисодий ривожланиш ва тадбиркорликни кенгайтишида асосий калит, восита, дастак вазифасини ба-

жаради<sup>1</sup>. Тадбиркорлик ва ушбу институтлар орасидаги алоқани бевосита, тўғридан-тўғри кузатиш мураккаб жараён. Бироқ, шуни эътибордан четлатмаслик керакки, самарали ва муваффақиятли бизнес фаолиятида тадбиркорлик қобилияти қанчалик даражада муҳим бўлса, мазкур институтлар ҳам шунчалик зарурдир. Шунинг учун ҳам Нобель мукофоти соҳиби Дуглас Норт институтларни ўйин натижасини белгилаб берувчи «ўйин қоидалари»га қиёслайди.

Монография тадқиқотидан келиб чиқиб, жаҳон тажрибаси ва мамлакатимиздаги туризм ривожланиши таҳлиллари асосида қуйидаги йўналишларда институционал ислохотларни таклиф этамиз:

**Туризмни тартибга солувчи давлат институтларини такомиллаштириш.** Туризм ўсиши учун муҳим омиллардан бири сифатида давлат институтларининг сифат даражаси қабул қилинган. Туризм соҳаси муваффақиятли ривожланаётган давлатлар тажрибасини ўрганиш давомида туризм соҳасини тартибга солишда турли хил институционал тузилмалар мавжудлиги кузатилади. Аксарият ҳолларда, туризмни бошқарувчи органга вазирлик ёки давлат қўмитаси мақоми берилган. Институционал тузилма тузилишидан қатъий назар, туризм қўмитасининг раиси ёки туризм вазири мамлакат Бош вазири билан тўғридан-тўғри мулоқот қила олиши шарт. Акс ҳолда, у туризмга алоқадор асосий масалаларга тегишли қарорлар қабул қилинишида тўлақонли иштирок этолмайди ва унинг моҳиятига самарали таъсир кўрсата олмайди. Яна бир хатар – туризмни тартибга солувчи институционал тузилма кенг қамровли вазирликка бўйсуниб ҳолатидир. Бундай фавқулодда ҳолатларда туризмни ривожлантиришга етарли эътибор ўз вақтида кўрсатилмаслиги мумкин<sup>2</sup>.

Туризм хизматлари бир қатор иқтисодий тармоқлари

---

<sup>1</sup> Shkolnikov, A. (2010). Beyond individual success stories: Promoting entrepreneurship through institutional reform. The economic reform feature service (CIPE's online article distribution service).

<sup>2</sup> World Travel and Tourism Committee (2015). Governing National Tourism Policy. WTTC, London.

фаолиятига боғлиқ бўлганлиги учун, бу соҳани тартибга солувчи институт бошқа вазирликлар билан биргаликда ҳал этилишини талаб этадиган вазифалар тез-тез учраб туради. Бу вазифаларнинг самарали ечимларини топиш учун расмий механизм сифатида туризмни давлат томонидан тартибга солувчи институт ва бошқа масъул вазирлик ва қўмиталар иштирокидаги Кенгашлар ташкил этилиши мақсадга мувофиқ деб топилди.

Ушбу масаланинг негизига қарасак, самарали ва изчил туризм сиёсати юритиш мақсадида институционал тузилма жорий этиш амалиёти 1910 йилда Франция туризм давлат котибиятига маслаҳат кўрсатувчи ташкилот сифатида Туризм миллий кенгаши ташкил этилганига ҳамда у 1990 йилларгача самарали фаолият кўрсатганига гувоҳ бўламиз. Ҳозир унинг вазифаларини Ташқи ишлар вазирлиги қошидаги Туризм тарғиботи кенгаши бажаради. 1964 йилда Францияда вазирликлараро қўмита ва 1966 йилда АҚШда Туризм сиёсати кенгашлари ташкил этилди. Кейинги 30–40 йил ичида яна бир нечта мамлакатда туризм сиёсати кенгашлари ва қўмиталари ташкил этилди.

Туризм сиёсати юритилишида маслаҳат бериш вазифасини бажарувчи институтларнинг асосан 3 та тури кузатилади: вазирликлараро, вертикал тузилишга эга (миллий ва маҳаллий ташкилотлараро) ҳамда давлат ва хусусий тадбиркорлар ҳамкорлиги. Кўпинча, давлатлар бу моделларнинг бир нечтаси иштирок этган турдаги кенгаш ёки қўмиталарни ташкил этмоқда.

Буюк Британия, Канада ва Францияни туризм институтларини такомиллаштириш бўйича жаҳондаги энг муваффақиятли мамлакатлар қаторига киритиш жоиз<sup>1</sup>. VisitBritain, Канада туризм комиссияси (Destination Canada) ва Atout France ташкилотлари узоқ йиллардан буён дестинация ва унинг туризм маҳсулотларини тарғиб этишда кучли ҳамкорлар сифатида фаолият кўрсатиб келмоқда. Бироқ, сўнги

---

<sup>1</sup>World Travel and Tourism Committee (2015).Governing National Tourism Policy. WTTC, London.

йилларда ҳар уччала давлатнинг Миллий туризм маъмуриятларининг фаолияти сустрлашгани сезилади, бу эса туризм ривожланиши барқарорлигида акс этиш хавфини оширади.

Тадқиқотимиз шуни кўрсатдики, биздаги вужудга келиб шаклланган мавжуд аҳвол ҳам ҳукуратимиз қўйган илғор талабларга мутлақо жавоб бермаслиги ошкор бўлиб қолди. Маълумки, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 28 июлдаги 360-сонли «Ўзбектуризм» Миллий компанияси фаолиятини такомиллаштириш тўғрисида»ги Қарорига кўра, мазкур компаниянинг марказий аппарати раис, унинг иккита ўринбосари, жами 19 бирликдан иборат бошқарув ходимлари ва 6 бирликдан иборат хизмат кўрсатувчи ходимларидан ташкил топган ва у узоқ йиллардан бери мамлакатимизда туризм соҳасида энг йирик институт сифатида эътироф этилиб келинарди. «Ўзбектуризм» Миллий Компаниясининг жорий тузилмаси туризм соҳасини ривожлантириш ва тарғиб этишнинг замонавий талабларига етарли даражада жавоб бермаётгани, бу тизимдаги камчилик ва нуқсонлар туризмнинг ривожланиши ва пировард натижада салбий кўрсаткичлар келтириб чиқариб мамлакат даромадига муносиб улуш қўшиш йўлидаги тўсиқларга айланиб қолаётгани аниқланди.

Бизнингча, республикаимизда туризмни тартибга солиш институтларининг такомиллаштирилиши вақти етиб келган. Зеро, Жаҳон мамлакатлари тажрибасига асосланиб, туризмни институционал асосларини такомиллаштириш учун:

Биринчидан, «Ўзбектуризм» Миллий компанияси ўрнида Ўзбекистон Республикасининг туризмни ривожлантириш вазирлиги (давлат қўмитаси) тузиш ўта долзарб масала ҳисобланади<sup>1</sup>;

---

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Прогнозлаштириш ва макроиқтисодий тадқиқотлар институтининг Ўзбекистон Республикаси иқтисодиёт вазирлигига 2016 йил 12 октябрдаги 15-08/370-сонли ва Вазирлар Маҳкамасига 2016 йил 23 ноябрдаги 15-08/436-сонли хатга илова қилинган (монография муаллифи тадқиқоти доирасидаги) чора-тадбирлар бўйича таклифлар.



Иккинчидан, Ўзбекистонда Туризм Кенгашини (бундан кейин Кенгаш) ташкил этиш тақлиф этилади.

Тақлиф этилаётган вазирлик (давлат қўмитаси), Туризм кенгаши таркибий тузилиши қуйида 9-иловада келтирилган.

Давлатнинг туризмни ривожлантириш мақсадида ҳар томонлама таҳлилларга таяниб ишлаб чиқилган чора-тадбирларини жорий этиши молиявий ёрдам билан чекланмайди. Бунда, энг асосий вазифалар сифатида мамлакат хавфсизлигига таҳдид солмаган ҳолда кириш ва чиқиш туризмида виза чекловларини енгиллаштириш, талабни қисқартирмайдиган даражадаги солиқ юкламаларини белгилаш кабиларни санаб ўтиш мумкин. Туризмнинг барқарор ривожланишини стратегик режалаштиришда хусусий бизнес иштирокини таъминлаш муҳим роль ўйнаётганига қатор мисоллар келтириш мумкин. Бу масалада ўрناق бўлишга арзийдиган тажрибаларни Австралия, Сербия ва Вьетнам давлатлари мисолида кўришимиз мумкин.

Ўзбекистонда ҳам вужудга келиб шаклланган мавжуд аҳвол давлатнинг зудлик билан аралашувини тақозо этди. Мамлакатимизда 2016 йил 2 декабрда «Ўзбектуризм» компанияси тугатилиб, Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ташкил этилади ва сайёҳлик соҳасини ривожлантиришни тезлаштириш чора-тадбирлари тасдиқланди<sup>1</sup>.

**Меҳмонхона ва ресторанларда классификация тизими-ни жорий қилиш.** Ҳозирги даврда кўплаб мамлакатлар меҳмонхона хизматлари сифатини ошириш воситаси сифатида меҳмонхона сертификацияси тизимидан кенг фойдаланади. Ушбу тизим сайёҳларга турли хил меҳмонхоналар тақлиф этаётган хизматлар сифати тўғрисида умумлашган ахборот бериш вазифасини бажаради. Сертифи-

---

<sup>1</sup> Қаранг: Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Прогнозлаштириш ва макроиқтисодий тадқиқотлар институтининг Ўзбекистон Республикаси Иқтисодиёт вазирлигига жўнатган 2014 йил 30 сентябрдаги №15-08/38-сонли хат (Муаллиф тадқиқотлари доирасида).

катлаштириш — бу учинчи (сертификатловчи) — ваколатли орган томонидан истеъмолчига маҳсулот, жараён ёки хизматнинг махсус талабларга жавоб беришини тасдиқлаш ва махсус сертификат берилиши билан яқунланадиган жараёндир.

Бу борадаги жаҳон амалиётида тўпланган тажрибани ўрганиш давомида ишлаб чиқарувчилар сертификатлашнинг қуйидаги манфаатли жиҳатларини қайд этишади:

Товар ва хизматларнинг стандартлар даражасида мукамаллашуви натижасида сифатни таъминлаш;

Сертификатлашнинг туристлар учун кўпроқ ахборот ва йўл-йўриқ кўрсатиши;

Сертификатлашнинг мамлакат туризм саноатининг жаҳон ҳамжамияти томонидан тан олиншига ёрдам бериши;

Сертификатлаш фавқулодда ҳолатларда давлат томонидан хабардорликни ва эътиборни ошириши;

Сертификатлашнинг истеъмолчиларнинг туризм хизматлари таъминотчиларига ишончини ошириши.

Жаҳон ҳамжамияти томонидан тизимни унификациялаш устида маълум ишлар олиб борилсада, унинг тузилиши ва тартибга солинишида турли давлатларда турлича йўл тутмоқдалар. Масалан, Франция, Италия ва Литва каби мамлакатларда сертификатлаш тизими давлат томонидан ташкил этилади ва назорат қилинади. Аммо Австрия, Германия ва Чехия каби мамлакатларда бу масала нодавлат ташкилот томонидан шакллантирилади ва назорат қилинади.

Ташкилий ва назорат жиҳатидан фарқланишига қарамай, таснифнинг асосида қуйидаги асосий, замонавий мезонлар ётади:

- инфратузилма — меҳмонхоналар жавоб бериши шарт бўлган техникавий стандартлар талаби тўплами (хона ҳажми ва сони, хонада товуш ҳимояси ёки изоляцияси, иссиқлик ва ҳаво совутиш тизими, совуқ ва иссиқ сув, ювиниш жиҳозлари, телефон тармоғи, маиший электр анжомлари ва ҳоказолар);

- хизматлар сифати.

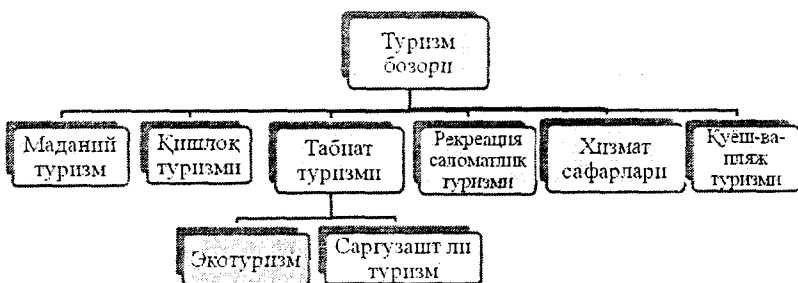
Хизматлар сифатининг баҳоланиши ҳам объектив, ҳам субъектив тарзда амалга оширилиши мумкин. Шунинг учун, объектив мезон (стандарт)лар 24 соатли хизмат кўрсатиш, қайд қилиш (регистратура) ходимларининг сўзлашадиган тиллари сони кабиларни ўз ичига олади. Хизмат кўрсатиш йўналишларида банд ходимларнинг хушмуомалалиги, зийраклиги ва сергаклиги, консьерж<sup>1</sup>нинг маҳаллий ресторанлар тўғрисидаги билимларини субъектив мезонларга мисол тариқасида кўрсатиш мумкин. Амалиётда қўлланиладиган мезонларнинг умумий сони 216 тадан кўплиги инобатга олинса, масалалар нақадар кўп эътибор қилинишини талаб этади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, Ўзбекистонда хизматларни стандартлаштириш ва сифатини ошириш учун жаҳон стандартлари асосида таснифлаш моделини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Бу масалаларда Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ва Хусусий туристик ташкилотлар уюшмаси масъул бўлиши тавсия этилади. Мазкур тизимни жорий этган меҳмонхоналарга дастлабки икки йил давомида солиқ имтиёзларини тадбиқ этиш пировард натижада юқори самара бериши мумкин.

***Табиий туризм ресурсларига бой бўлган ҳудудларда туризм ривожланиши учун норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш.*** Табиий ресурсларга бой йирик қўриқхоналар ва бошқа йирик миллий боғлари бўлган минтақаларда туризмнинг барқарор шаклларини, яъни экологик туризм ва бошқа табиатга боғлиқ турларини ривожлантириш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Табиат қўйнидаги туризм турларининг экотуризм ҳамда фаол, яъни саргузаштли туризмга ажратиш мезони қабул қилинган. (4.4.-расм).

---

<sup>1</sup> Консьерж — француз тилидаги «conciierge» сўздан олинган бўлиб, зиммасига меҳмонхонадаги меҳмонларни барча зарур қулай шарт-шароитлар билан таъминлаш юклатилган ходим.



4.4.-расм. Туризм бозор сегментлари туркумлари<sup>1</sup>

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, экотуризм қишлоқ ва маданий туризмга фаол туризмга нисбатан кучлироқ боғланган<sup>1</sup>. Бунинг учун табиий туризм салоҳияти юқори бўлган, шу жумладан, муҳофазага олинган ҳудудларни зоналаштириш орқали қатъий муҳофазадаги ҳудудлар, атроф-муҳитга зарар етказмайдиган туристик фаолиятни ташкил этиш мумкин бўлган ҳудудлар ҳамда туристик инфратузилма қурилиши мумкин бўлган ҳудудларни белгилаш лозим. Зоналаштиришни Ўзбекистон Республикаси Ер ресурслари, геодезия, картография ва давлат кадастри давлат қўмитаси, Ўзбекистон Республикаси Давлат архитектура ва қурилиш, Табиатни муҳофаза қилиш давлат қўмитаси, вилоятлар ҳокимиятлари билан биргаликда амалга ошириши ҳамда қулай харита сифатида жамоатчиликка тақдим этиши лозим. Бундай харита муҳофазага олинган ҳудудларда бизнесни ташкил этиш муҳитини тубдан яхшилайдди, маҳаллий ҳамда хорижий инвесторлар ишончини ўстиради, натижада хатарсиз ва ишончли бизнес ташкил этишга асос яратади.

Ўзбекистон Республикасида экотуризмни ривожлантириш учун қулай ёки давлат муҳофазасига олинган ҳудудларда туризм тушумларини кўпайтириш учун қўриқхона-

<sup>1</sup> <http://www.ecotourism.org/>

<sup>2</sup> Wood, M.E.(2008) Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability/[www.unep.org/tourism/home.html](http://www.unep.org/tourism/home.html)

ларда фаолият кўрсатувчи гидлар (экскурсия етакчилари)-ни тайёрлаш, кўриқхона ҳудудига кириш учун тўловлар тайинлаш, табиат қўйнида, қиш ва ёзга чидамли маҳаллий ҳайвонлардан ҳайвонот боғи ташкил этиш маъқул тадбирлар сирасига киради. Табиат туризми экскурсия етакчиларини юқори сифат билан тайёрлаш учун олий ўқув юртларининг география факультетлари билан ҳамкорликни ривожлантириш, янги қўмита ҳузурида ўқув маркази ташкил этиш орқали амалга ошириш мумкин.

**Туризм соҳасига кадрлар тайёрлаш тизими сифатини ошириш учун TedQual сертификатлаш тизимини жорий қилиш.** Республикамизда туризм бўйича таълим сифатини ошириш учун ЮНВТОнинг «UNWTO.TedQual» сертификатлаш тизимини жорий қилиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. «UNWTO.TedQual» сертификацияси туризм таълими сифатига қўйилган бир нечта минимал талаблар қўйиш асосида туризмда таълим, тренинг ва тадқиқотларнинг узлуксиз тарзда такомиллашувини таъминлайди.

Шунингдек, келажакда Тошкент вилоятининг Бўстонлик туманида ёки бошқа қулай ҳудудда Туризм ва хизматлар соҳасини ривожлантиришга йўналтирилган университет ташкил этиш туризм соҳасидаги ечимини кутаётган юзлаб муаммоларни ҳал этишга олиб келади. Бундай олий ўқув юртининг ташкил этилиши, нафақат, Тошкент вилояти туризм соҳаси ва ижтимоий-иқтисодий ривожланишида, балки республикамининг бошқа барча минтақаларида инсон ресурсларининг ривожланишида ҳам юксак аҳамият касб этади.

#### **4.3. Туризм рақобатбардошлигини оширишга йўналтирилган чора-тадбирлар**

Юқоридаги бўлимларда таъкидланганидек, барқарор туризм ривожланиши рақобатбардошлик билан чамбарчас боғлиқ. Туризм рақобатбардошлигини оширишда ҳал этувчи омил – сифат ҳисобланади. Туризмда сифат бозор категорияси ҳисобланиб, туризм маҳсулоти туристларнинг та-

лаби ва эҳтиёжларини қониқтириши/қониқтирмаслиги билан белгиланади. Туризм маҳсулоти туристлар талабини қондиришда иштирок этадиган 5 та хусусиятга эгадир: улар жойлашган жойи, қуввати (жойлаштириш муассасаси, овқатланиш, рекреация ва бошқа), жойнинг ижобий, жозибали, ўзига тортувчи қиёфаси, хизматлар нархи ва уларнинг амалда кўрсатилиш усули.

Туризм хизматларини кўрсатувчи ташкилотлар фақатгина хизмат кўрсатиш усулини танлай олади, уни яхшилаш орқали юқори молиявий фойда олишга эришишлари мумкин. Туризм барқарор ривожланиши учун эса хизматлар сифатидан ташқари инфратузилма ҳам катта аҳамиятга эгадир.

3.3.-бўлимдаги таҳлиллардан Ўзбекистоннинг миллий туризм рақобатбардошлиги майдонидаги энг катта камчиликлари туризм инфратузилмаси кўрсаткичларида кузатилганлиги боис, узоқ муддатли стратегияда бу соҳадаги ҳолатни яхшилашга алоҳида эътибор қаратиш лозим. Юқоридаги бобларда келтирилганидек, туризм инфратузилмаси меҳмонхоналар, автомобиль ижараси компаниялари ва халқаро виза карточкаларига хизмат кўрсатувчи терминалларни ўз ичига олади.

Туризм – сайёҳлик хизматларини ташкил этишда, энг аввало, туристлар, биринчи навбатда хорижликлар жойлаштириладиган меҳмонхоналарда, овқатланиш шохобчаларида, мамлакатимиз ҳудуди бўйлаб ҳаракатланишда, туризм объектларига ташрифларни уюштиришда туристлар ва экскурсантларнинг ҳаёти ва соғлиги хавфсизлигини таъминлаш бўйича комплекс чора-тадбирларни амалга ошириш долзарб ва кечиктириб бўлмайдиган вазифалар қаторига киради.

*Меҳмонхоналарни кўпайтириш.* Ўзбекистон Давлат Статистика Қўмитаси маълумотлари асосида ўтказилган таҳлилларга кўра, Ўзбекистонда 100 кишига тўғри келувчи меҳмонхона жойлари сони 0,1 га тенг. Демак, Ўзбекистонда янги меҳмонхона муассасалари қурилишига катта талаб мавжуд. 2030 йилга қадар, меҳмонхоналар сифимини икки

баробар кўпайтириш тавсия этилади. Республикамиз вилоятларида меҳмонхоналар қурилишини режалаштиришда нафақат 3-4 юлдузли меҳмонхоналар, балки 5 ва ундан юқори юлдузли меҳмонхоналардан камида биттадан қурилиши лозимлигини тадқиқотимиз таҳлиллари кўрсатмоқда.

Хостел тоифасидаги меҳмонхоналар Европа давлатларида кенг тарқалган бўлиб, улардан, одатда талабалар саёҳатлари даврида тунаш учун фойдаланади. Бундай муассасаларда қизлар ва йигитлар ётоқлари алоҳида бўлиб, икки қаватли ётоқ жойлардан фойдаланилади. Шуларни эътиборга олиб, талабалар ва ёшларга мўлжалланган хостел турдаги меҳмонхоналарни барча вилоятларда қурилиши ёшлар туризмни ривожлантиришда катта аҳамиятга эга.

*Автомобил ижараси хизматларини ташкил этиш.* Бугунги кунда дунёнинг 169 давлатида енгил автомобил ижараси бўйича халқаро компаниялар фаолият олиб бормоқда. Сайёҳлик фаолияти бошланмасидан аввал, сайёҳ ўзи ташриф буюрадиган мамлакатда муайян кунларда фойдаланиш учун автомобиль ижараси бўйича шартнома тузиши мумкин. Одатда, автомобиль ижарага бериладиган масканлар йирик аэропортлар ҳудудида жойлашади.

Халқаро автомобиль ижараси онлайн сарзда амалга оширилиб, [www.rentalcars.com](http://www.rentalcars.com) сайти орқали амалга оширилади. Бу йўналишда катта тажриба тўплаган дунёнинг энг машҳур компаниялари қаторида addCar, ALAMO, AVIS, Europcar, Green Motion, Hertz, Sixt, Thrifty кабиларни санаб ўтиш ўринли бўлади.

МДХ ва Шарқий Европа мамлакатларида бу тажриба кенг оммалашган. Масалан, Арманистон, Озарбайжон, Белорусь, Болгария, Грузия, Латвия, Литва, Молдовия, Россия, Сербия, Словения, Словакия, Хорватия, Чехия, Эстония ва Қозоғистонда халқаро автомобиль арендаси компаниялари кенг фаолият олиб бормоқда. Масалан, Россияда тўртта (Rentcars, Europcar, Thrifty, Sixt), Озарбайжонда учта (AZNUR, AVIS, Hertz), Қозоғистонда битта (AVIS) компаниялари рўйхатга олинган.

Автомобиль ижараси хизматлари бўйича Корея Республикаси тажрибасини ўрганиш, фикримизча, Ўзбекистон учун фойдадан холи эмас, чунки бу мамлакатда халқаро компаниялар билан биргаликда AJ Rent-a-Car, Lotte Rent-a-Car, SIXT, Donga Rent-a-Car, Jeju Rent-a-Car, Jeju-do Rent-a-Car сингари миллий компаниялар ҳам рўйхатга олинган. Уларнинг ҳаммаси [www.rentalcars.com](http://www.rentalcars.com) халқаро қидирув Интернет сайтида қайд этилган. Биринчи учта компаниянинг офислари Кореянинг йирик шаҳарларида жойлашган бўлиб, хизмат кўрсатиш корейс ва инглиз тилларида олиб борилади. Бошқа компаниялар офислари фақат биттадан шаҳарда ва хизмат кўрсатиш фақатгина корейс тилида олиб борилади. Бунинг сабаби шуки, бу компаниялар маҳаллий туристлар учун хизмат кўрсатади.

Кореянинг автомашина ижараси компанияларининг ҳайдовчиларга нисбатан қуйидаги талаблар қўйилган:

- кичик ва ўрта ҳажмдаги автомашиналар учун: 21 ёшдан катта ва ҳайдовчилик гувоҳномаси берилганлигига бир йилдан ошган;

- спорт автомашиналари ва 9 - 12 ўринлик мини - автобуслар учун: 26 ёшдан катта ва камида 3 йиллик ҳайдовчилик тажрибаси бўлиши шартлиги.

Автомобиль *ижараси* расмийлаштирилаётганда қўшимча яна бир ҳайдовчини шартномага киритиш мумкин. Бунда қўшимча ҳайдовчига ҳам суғурта ҳужжатлари расмийлаштирилади ва ҳар бир томоннинг ваколатлари ҳамда мажбуриятлари ижарага олиш шартномасида кўрсатилиши шарт. Агар автомобилга зарар етказилса, ижарага олувчи унинг тузалишига қадар олиниши мумкин бўлган фойдасининг 50% миқдорини қоплаб бериши шарт. Масалан, Кореяда бир кунлик ижара ҳақи 50000 вон<sup>1</sup> бўлган автомобилга зарар етказилса, уни тузатишга 3 кун вақт талаб қилинса (50000 x 3 = 150000), арендага олувчидан 75 000 вон қийматида зарарни қоплаши талаб этилади.

---

<sup>1</sup> 1000 вон – 0,84 АҚШ доллари



Овқатланиш хизматларини ташкил этиш ҳам туризм соҳасида яна бир муҳим масалалардан бири экани сир эмас. Осиё мамлакатлари туристлари учун дестинация танлашда овқатланиш масаласи ҳал этувчи омиллардан бирига айланган. Орадаги миллий-маданий тафовутларга қарамасдан, Шимолий Америкаликлар мезбон мамлакатнинг таомларини тановул қилишга иштиёқлари кучли. Бироқ, француз, италян, хитой ва япон туристлар ўз миллий таомларини афзал кўради. Хуллас, ҳар бир халқ ва элатнинг овқатланиш маданияти турлича эканлиги, уларнинг таомга муносабати ҳисобга олинмоғи лозим бўлади.

**Туристтик маҳсулот ва унинг диверсификацияси.** Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда энг асосий вазифалардан бири туристик маҳсулотни мукаммаллаштириш, унинг сифатини ошириш асосида туристик мавсумни узайтиришдир. Мамлакатда туризм соҳасидан олинадиган пул тушумларини ошириш мақсадида сайёҳларнинг якка тартибда қулай ва мароқли саёҳат қилишлари учун зарур шарт-шароитлар яратиш муҳим масалалардан бири. Бунда республика вилоятларининг барча аҳоли, айниқса сайёҳлар учун тушунарли бўлган туристик харитасини ишлаб чиқиш, туристлар нисбатан кўпроқ йиғиладиган жойларда туристик офис ёки марказлар ташкил қилиш, кўчаларда ва транспортда хорижий тилларда ҳам белгилар ўрнатилишига эътибор қаратиш талаб этилади.

Кўп йиллардан буён давом этаётган тарихий-меъморий туризмга ихтисослашиш билан бирга, айни вақтда унинг янги экологик ва гастрономик турлари бозорини ҳам ўзлаштириш керак бўлади. Туризм маҳсулотларини диверсификациялаш ва уларнинг жозибадорлигини ошириш учун бошқа минтақалараро ҳамкорликни кенг йўлга қўйиш тавсия этилади.

Тадқиқот давомида глобал интернет тармоқларида Хоразмга ташир буюрган аксарият сайёҳлар Қорақалпоғистондаги Аёз қалъага ҳам саёҳат қилганликлари ва ундан нуқулмас таассуротлар олганликлари ҳақида ёзганлари

аниқланди. Хоразм вилояти ва Қорақалпоғистон Республикаси маҳаллий ҳокимият органлари ва сайёҳлик ташкилотларининг ҳамкорликдаги саъй-ҳаракатлари, ҳар икки ҳудуднинг маданий ва табиий туризм ресурсларидан янада самаралироқ фойдаланиш юзасидан тузган чора-тадбирлари туристик маҳсулотларни диверсификациялаш имконини беради. Шундай йўл билан туризм ривожланишидан чекка туманлар ҳам фойда кўришларига, сайёҳларнинг Хоразм маданияти осори-атиқаларига бўлган ортиқча юкмасини камайтиришга эришилади.

**Хавфсизликни таъминлаш.** Тоғолди дам олиш ҳудудларида туризмни ривожлантириш айти пайтда қишки ва ёзги фаол спорт турлари билан шуғулланиш жараёнига боғлиқ бўлганлиги сабабли биринчи тиббий ёрдам, малакали тиббий хизмат, ўт ўчирувчилар хизмати каби хавфсизлик хизматлари таъминотини талаб даражасида ташкил этиш лозим бўлади.

**Кўнгилочар ва маданий ресурслардан фойдаланишни тақомиллаштириш.** Республикада туризм соҳаси тушумлари диверсификациясини чуқурлаштириш, мавсумийликни камайтириш учун мавжуд маданий ресурслардан янада самарали фойдаланиш, уларнинг тижоратлашувини кучайтириш ҳамда янги кўнгилочар хизматларни ташкил этиш талаб қилинади. Сўнги йилларда барча вилоятларда истироҳат боғларининг замонавий талаблар асосида реконструкция қилинаётганлиги, шаҳар ва туманлар, йирик қишлоқлар марказлари янада ободонлаштирилаётгани ва янги муҳташам фавворалар қурилаётгани, ҳудудларнинг комплекс ободонлаштирилаётгани ҳам маҳаллий, ҳам хорижий туризм ривожланишида катта аҳамият касб этади. Шу билан биргалликда, истироҳат боғларида жонли «Китоблар олами», «Эртақлар олами»ни ташкил этиш ва куннинг маълум соатларида жонли кўғирчоқли ўйинларни, мусиқий тадбирларни ташкил этиш сингари кўнгилочар ресурслардан фойдаланиш доирасини кенгайтиради.

Тошкент вилоятида туризм соҳаси тадбиркорлари ва ма-

даният ходимлари орасида ўтказилган сўровда, Ангрен шаҳар Ўлкашунослик музейи ҳолатининг талаб даражасида эмаслиги аниқланди. Маданият ходимлари маҳаллий истироҳат боғи ҳажмининг катталашганини эътиборга олган ҳолда, музей учун боғдан жой ажратиш таклифини киритган. Бироқ, миллий норматив-ҳуқуқий ҳужжатларда истироҳат боғида музей фаолиятини ташкил этишга етарли асос йўқлиги сабабли рад жавоби олинган. Масалага бунақа бифарқлик қабилида ёндашиш оқибатида туристларни қизиқтирувчи манбалардан жудо бўлиш эҳтимоли ошади.

Истироҳат боғларида музей фаолиятини ташкил этиш ривожланган давлатлар амалиётида кенг учрайди. Масалан, АҚШнинг Чикаго шаҳрида музейларни паркларга кўчириш тенденцияси 1893 йилдан бошланиб, Чикаго санъат институтининг Гранд паркига кўчишидан тортиб Пегги Нотбарт Табиат музейининг Линкольн паркига ўтказилишигача даврни қамраб олади. Чикагодаги бундай тенденция 1909 йилда ишлаб чиқилган шаҳар бош режасида ҳам ўз аксини топганди<sup>1</sup>. Шундай қилиб, қонунчиликка тегишли ўзгартишлар киритиш ва Ангрен (заруруат туғилганда бошқа ҳудудларда ҳам) даги истироҳат боғига шаҳар ўлкашунослик музейини кўчириш устида керакли ҳужжатларни ва лойиҳаларни тайёрлаш таклиф этилади.

**Қулай ишбилармонлик муҳитини таъминлаш.** Туризм бизнесини ривожлантириш учун замонавий талабларга жавоб берадиган меҳмонхона, курорт, гольф, қиш фаслида чанғи тепаликлари, экотуризм, туризмга алоқадор тадбирларни режалаштиришда ахборот ва маслаҳат хизматларини ташкил этиш ишбилармонлик муҳитини яхшилашда муҳим қадам ҳисобланади.

Республика вилоятларида туризм соҳаси таҳлилларида кўрсатилганидек, электр ва газ таъминотида юзага келган мавжуд муаммоларни қуёш энергиясидан самарали фойдаланиш тизимини жорий қилиш орқали ечиш мумкин бўла-

---

<sup>1</sup> Chicago's history of museums in the parks. 2015. Chicago tribune news

ди. Бунинг учун вилоятлар ҳокимиятлари ушбу масала бўйича тегишли чора-тадбирларни ишлаб чиқиши, тегишли лойиҳа ҳужжатларини тайёрлаши, банк кредитлари ҳамда халқаро молиявий институтлардан молиявий ресурслар олиш масалаларида ташаббус кўрсатишлари даври аллақачон етиб келди, деб ҳисоблаймиз.

**Туризм соҳасида ахборот технологияларини ривожлантириш.** Мазкур соҳа туризм рақобатбардошлигининг ошишида ҳамда туристлар сони кўпайишида катта таъсирга эга. Келажакда ҳам янги технологияларнинг ривожланиши билан туризм соҳасида муҳим ўзгаришлар рўй бериши кутилмоқда. Замонавий туризмда маълумотларни йиғиш, ташвиқот ва маркетинг, буюртма, электрон савдо, таълим ва ижтимоий тармоқлар янги технологиялар таъсири қамрови кенгайиб бораётган соҳалар муҳим ўрин эгаллайди. Шунинг учун, [welcomeuzbekistan.uz](http://welcomeuzbekistan.uz), туристлар маълумотлар порталини такомиллаштириб бориш, марказлаштирилган буюртма бериш тизимини ривожлантириш, мобил алоқа воситаларида таъминот дастурларини яратиш тавсия этилади. Тошкент шаҳрида ва республика вилоятлари марказларида «Турист Ахборот Маркази»ни ташкил этиш билан биргаликда унинг ахборот-дастур таъминотини қўллаб-қувватлаш муҳим вазифалар сирасига киради.

Ресурслар ташвиқотини [www.tourismplacesonnet.com](http://www.tourismplacesonnet.com), [www.ecotourism.org](http://www.ecotourism.org), [www.shermanstravel.com](http://www.shermanstravel.com), [www.monkeysandmountains.com](http://www.monkeysandmountains.com), [www.greenglobaltravel.com](http://www.greenglobaltravel.com), [www.nationalgeographic.com](http://www.nationalgeographic.com) каби эко турлар портали ва онлайн журналларида жойлаштириш, улар билан 24 соат давомида алоқа ўрнатиш, ўз навбатида юртимизнинг табиий туризм салоҳияти юқори бўлган дестинацияларини, хусусан, Тошкент, Жиззах ва Навоий вилоятлари табиий туризм салоҳиятини жаҳон оммасига ташвиқ этишида муҳим роль ўйнайди.

Ундан ташқари, туризм соҳасидаги ва бевосита алоқадор тармоқларда сифат ва унинг асосий талаблари ҳақида маҳорат дарслари ташкил этиш ҳам туризм равнақи йўлидаги жуда илғор воситалардан биридир. Интеграциялашган юқори

сифатли туристик маҳсулотларни яратиш борасида ўқув курслари ташкил этиш ва шундай маҳсулот яратганларни мукофотлаш ҳам бу йўналишдаги ечимини кутаётган вазифалардан бири ҳисобланади. Бунда, ҳар бир туристик маҳсулотда хизмат сифати ва техник талабларда стандартларнинг фарқланишини эътиборга олиш ҳамда ҳар бир маҳсулот учун тегишли талабларни белгилаш талаб этилади.

Юқорида келтирилган таклиф ва тавсияларни амалга ошириш Тошкент вилоятида туризмни ривожлантиришда қўйилган мақсадларга эришишга асос яратади.

#### IV БОБ БЎЙИЧА ХУЛОСАЛАР

Жаҳон мамлакатлари ва Ўзбекистонда туризм ривожланиши тенденциялари ҳамда прогнозлаштиришда қўлланилган кўрсаткичлар динамикаси таҳлилларига асосланиб, туризм ривожланишининг 2030 йилгача прогнозлари ишлаб чиқилди. Стратегик дастурда асос қилиб олинмишга тавсия этилган базавий сценарийга кўра, Ўзбекистонда туризм ривожланиш суръатлари 2016 – 2020 йиллар орасида ўртача 9,1 %, 2020 – 2025 йилларда – 9,3 % ва 2025 – 2030 йилларда – 8,9 %ни ташкил этади. Бунинг натижасида ташриф буюрувчилар сони 2015 йилдаги 2 млн. нафардан 7 млн. нафаргача кўпаяди.

3-бобда ўтказилган таҳлилларга асосланиб, Ўзбекистон Республикасида туризм барқарор ривожланишини таъминлашда талаб этиладиган ислохотларнинг устувор йўналишлари ва зарур чора-тадбирлари бўйича тавсиялар ишлаб чиқилди. Жаҳон тажрибаси ва мамлакатимиздаги туризм ривожланиши таҳлиллари асосида қуйидаги йўналишларда институционал ислохотлар таклиф этилади<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> Қаранг: Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Прогнозлаштириш ва макроиқтисодий тадқиқотлар институтининг Ўзбекистон Республикаси Иқтисодиёт вазирлигига тақдим қилган 2014 йил 30 сентябрдаги 15-08/38 – сонли хатта илова қилинган (монография мураллифи тадқиқоти доирасидаги) таҳлилий ахборотномаси.

1. Туризмни тартибга солувчи давлат институтларини такомиллаштириш.

2. Меҳмонхона ва ресторанларда классификация тизимини жорий қилиш.

3. Табiiй туризм ресурсларига бой бўлган ҳудудларда туризм ривожланиши учун норматив-меъёрий базани такомиллаштириш.

4. Туризм соҳасига кадрлар тайёрлаш тизими сифатини ошириш учун TedQual сертификатлаш тизимини жорий қилиш.

Ўзбекистоннинг миллий туризм рақобатбардошлиги бўйича энг асосий камчиликлари туризм инфратузилмаси кўрсаткичларида кузатилганлиги боис, узоқ муддатли стратегияда бу соҳадаги ҳолатни яхшилаш учун қуйидаги масалалар бўйича тавсиялар ишлаб чиқилди:

1. Меҳмонхоналар инфратузилмасини сифат ва сон жиҳатидан такомиллаштириш.

2. Автомашина ижарасини ташкил этиш.

3. Туристик маҳсулот сифатини ошириш ва уни диверсификациялаш.

4. Хавфсизликни таъминлаш.

5. Кўнгилочар ва маланий ресурслардан фойдаланишни такомиллаштириш.

6. Қулай ишбилармонлик муҳитини таъминлаш.

7. Туризм соҳасида ахборот технологияларини ривожлантириш.

## МОНОГРАФИЯ БЎЙИЧА ХУЛОСАЛАР

Ушбу монографияда амалга оширилган тадқиқотлар натижасида Ўзбекистонда туризм ривожланишини прогностлаштириш ва барқарор ривожланишини таъминлашга қаратилган тавсия ва таклифлар илгари сурилди:

1. «Туризм барқарор ривожланиши» концепциясига ЮНВТО томонидан қабул қилинган таърифга кўра, унда барча ресурслардан иқтисодий, ижтимоий ва эстетик эҳтиёжларни қондириш жараёнида миллий ўзлик, муҳим экологик жараёнлар, биологик хилма-хиллик ва ҳаётни қўллаб-қувватловчи тизимлар ҳимояси ва келажак авлодларга етказиб берилиши таъминланган бўлади. Туризм барқарор ривожланишига берилган ва юқорида келтирилган ҳамда кўплаб етук олимларнинг таърифларига асосланиб, ушбу концепцияга қўйидаги муаллифлик таърифи тайёрланди: барқарор туризм ривожланиши — давлат, жамият ва хусусий сектор ҳамкорлиги асосида туризм талаби ва таклифи мувозанатини иқтисодий, ижтимоий ва атроф-муҳит ривожланишига зарар етказмасдан, ҳамоҳанг тарзда давом этишини таъминлашдир.

2. Туризм барқарор ривожланиши асосини туризм рақобатбардошлиги ташкил этади. Рақобатбардошлик туризм ривожланиши самарадорлигини қисқа ва ўрта муддатли (яъни чегараланган) даврдаги динамикасини белгиласа, барқарорлик узоқ муддатли даврдаги чексиз давом этувчи ривожланишни назарда тутати. Туризм барқарор ривожланишини таъминлашнинг асосий тамойилларидан бири — давлат, маҳаллий аҳоли ва хусусий сектор иштирокида туризм ривожланишининг узоқ муддатга мўлжалланган ривожланиш дастурини ишлаб чиқишдир.

3. Туризмнинг макроиқтисодий таъсири таркибида бевосита, билвосита ва ҳосилавий таъсир компонентлари иштирок этади. Туризм таъсирининг ушбу хусусияти эса иқтисодиётда мультипликатив самара ҳосил қилади. Бутунги кунда жаҳон амалиётида кенг қўлланаётган туризмнинг ҳосилавий таъсири тушунчаси даромадларнинг бир қисмини бевосита ва

билвосита минтақа аҳолисига маош сифатида тақсимланиши натижасида юзага келади. Туризм Ёрдамчи ҳисоби туризмнинг бевосита таъсирини аниқлаш имконини беради.

4. Туризм ривожланишини прогноллаштириш бўйича тадқиқотлар ўтган асрнинг 60-йилларида бошланиб, ўтган даврда бу соҳада кўплаб прогноллаш моделлари ишлаб чиқилди. Туризм талабини моделлаштиришнинг назарий асосларини урта катта гуруҳга ажратиш мумкин: халқаро савдо назариялари, неоклассик синтез ёндашувлари ва тизимли ёндашувлардир. Миқдорий таҳлилга асосланган тадқиқотларда асосан биринчи иккита ёндашувдан фойдаланилса, сифат кўрсаткичлари таҳлилларида тизимли ёндашув қўлланилади. Мазкур тадқиқотда халқаро савдо назарияси ва неоклассик синтез гуруҳидаги ёндашувлар танланди.

5. Бугунги кунда жаҳон иқтисодиётида туризм соҳасининг ижтимоий-иқтисодий аҳамияти ниҳоятда юқори бўлиб, жаҳон ялпи ички маҳсулотида туризм хизматлари ҳиссаси қарийб 10% ёки 7,6 трлн. АҚШ долларини ташкил этади. Дунё бўйлаб барча иш ўринларининг 9% туризм соҳасига тўғри келиши, унинг иш билан бандликдаги беқиёс аҳамиятини белгилаб беради. Туризмнинг яна бир қимматли жиҳати шундаки, туризм хизматлари экспорти товар ва хизматлар экспортининг 6% ини, хизматлар бўйича жаҳон экспортининг 30% ини ташкил этади. Дунё экспорти таркибида туризм ёқилғи, кимё саноати, озиқ-овқат ва автомобиль саноати экспортидан кейин 5-ўринда туради.

6. Ёр кўрасидаги аксарият мамлакатлар ҳукуматлари туризмнинг ижобий ижтимоий-иқтисодий салоҳиятидан самарали фойданиш, унинг камчиликларини бартараф этиш ҳамда салбий оқибатларини олдини олишга йўналтирилган туризм сиёсатини ишлаб чиқишга катта эътибор қаратмоқда. Туризм соҳасида шиддатли рақобат муҳити шаклланганлиги ва соҳанинг чуқур диверсификациялашуви натижасида давлатларнинг туризмни ривожлантириш миллий сиёсати такомиллашуви ҳамда ўрта ва узоқ муддатга мўлжалланган стратегик режалаштиришни кенг тадбиқ этиши заруриятини оширди.



7. Туризм ривожланишининг хавфсизликни таъминлаш; миллий туризм рақобатбардошлиги ҳамда туризм соҳасига инвестициялар киритиш аҳамиятининг ортиши; халқаро йўловчи ташувларида ҳаво транспорти салмоғининг юксалиши; якка тартибдаги туризм аҳамиятининг ўсиши; экологик ҳамда тарихий-маданий туризмга қизиқишнинг ўсиши, «Хитой омили»нинг кучайиши сингари жаҳон миқёсидаги тенденциялари ва муҳим йўналишлари аниқланди. Санаб ўтилган тенденциялар жаҳон туризм бозорида Ўзбекистон туристик маҳсулотини тарғиб этиши учун қулай шарт-шароитлар юзага келганини кўрсатди. Ўзбекистоннинг туризм ривожланиши миллий стратегиясида мана шу тенденцияларни эътиборга олиш орқали жаҳон туризм бозорида юртимиз жозибadorлигини ва рақобатбардошлигини оширишга эришилади.

8. Барқарор туризм ривожланишини прогнозлаш қуйидаги босқичларда амалга оширилади: туризм ҳажмини белгиловчи экзоген талаб омилларини аниқлаш, туризм талабига таклиф омиллари таъсирини тадқиқ қилиш ва туризмни иқтисодий ўсишнинг эндоген омили сифатида текшириш.

9. Ўзбекистон иқтисодиётида туризм саноати ташкилотларининг тушумлари 2014 йилда 1,32 трлн. сўм ёки ЯИМнинг 0,92% ини ташкил этди, туризмнинг қурилиш, қишлоқ хўжалиги каби бошқа тармоқлардаги мультипликатив самараси билан ҳисобланган (билвосита ҳамда ҳосилавий улуши билан) умумий тушумлари 4,2 трлн. сўм ёки ЯИМнинг 2,96% ига тенг бўлди. Бундан, маълумки, Ўзбекистонда туризмнинг иқтисодиётга мультипликатив таъсири 3,2 мартага тенг, яъни бевосита туризм соҳасида яратилган ҳар 1 (бир) сўм, иқтисодиётда 3,2 сўмга маҳсулот ва хизмат яратилишига асос бўлади.

10. Юқори туристик салоҳият ҳамда салмоқли мультипликатив самарасига қарамасдан, туризмнинг давлатимиз иқтисодиётидаги улуши, таркиби жиҳатдан ўхшаш хизматлар таклиф этаётган бошқа рақобатчи дестинациялардан сезиларли равишда, жаҳон ЯИМ идаги ҳиссасидан эса қарийб уч баробар пастдир. Ўзбекистон туризм соҳасида олган йиллик даромадлари ҳажми жиҳатдан 115 ўринни,

мамлакат ЯИМдаги шу соҳа улуши бўйича 179 ўринни эгаллайди. Бу эса, туризм равнақ топган мамлакатлар қаторидан жой эгаллаш учун республикамизнинг янги ҳукумати яқинда ишлаб чиққан аниқ ва кенг қамровли чора-тадбирларни босқичма-босқич амалга оширишни тақозо этади.

11. Ўзбекистон туризм бозори таркибий хусусиятларини ўрганиш давомида юртимизга ташриф буюраётган туристларнинг мақсади асосан хордиқ чиқариш, хизмат сафари ҳамда бошқа шахсий мақсадлар (тижорат, қариндошлар ва дўстларни зиёрат қилиш) каби мақсадларни ўз ичига олганлиги ва сўнгги вақтларда айнан қариндошлар ва дўстларни зиёрат қилиш мақсадидаги туризм тез суръатларда кенгайиб бораётганлиги аниқланди.

12. Ўзбекистон туризм бозоридаги ташриф буюрувчилар 1995-2007 йилларда асосан ҳаво транспорти воситасида саяҳат қилган бўлсалар, 2008 йилдан бошлаб бу соҳада ер усти транспортининг улуши кескин ошгани эътиборни тортади.

13. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида туризм ривожланишида сезиларли асимметрия кузатилиб, уни юзага келтирган, хусусан, туризм инфратузилмаси, туризм маҳсулоти диверсификацияси, транспорт инфратузилмаси, туризмнинг глобал ахборот воситаларидаги ташвиқоти каби бир қанча сабаблари аниқланди.

14. Гравитация модели туризмни талаб жиҳатидан прогноз қилувчи энг яхши моделлардан ҳисобланиши асосланди. Биз анъанавий гравитация моделини тўғридан-тўғри авиақатновлар ( $Direct_{i,j,t}$ ), элчихоналар ва дипломатик консулликлар ( $DIP_{i,j,t}$ ), чегарадош давлатлар ( $BORDER_{i,j,t}$ ), МДХ давлатлари ( $CIS_{i,j,t}$ ), минтақавий савдо келишувлари ( $RTA_{i,j,t}$ ), мамлакатнинг ер қатлами билан ўралганлиги ( $LOCK_j$ ), Россия ( $RUS$ ) ҳамда Виза ( $VISA_j$ ) фиктив ўзгарувларни киритиш орқали кенгайтдик. Регрессиялар натижалари Ўзбекистон туризми ривожланишида энг муҳим омиллар сифатида давлатлар орасидаги масофа, умумий чегаралар ҳамда дипломатик ваколатхоналар мавжудлигини кўрсатди.

15. Ўзбекистонда туризм ва иқтисодий ўсиш орасидаги

боғлиқликни эмпирик текшириш учун Коинтеграция тестлари, ЕСМ модели ва Грейнжер алоқадорлик тестларидан иборат услуб танланди. Маълумотлар базасига 1992–2015 йиллардаги туризм экспорти, ташриф буюрувчилар сони ҳамда ЯИМ даврий қаторлари киритилди. TLG гипотезаси мамлакатимиз шароитида ўринли эканлиги, қисқа муддатли даврда туризмнинг иқтисодий ўсишга бевосита таъсири жуда кичик бўлишига қарамасдан, узоқ муддатли даврда уларнинг мувозанатга интилиши юқори эканлиги тасдиқланди. Бу эса ўз навбатида, туризм Ўзбекистон иқтисодиёти ўсиши барқарорлигини таъминлашда юқори салоҳиятга эга эканлигини эътироф этишга асос бўлади.

16. Мамлакатнинг халқаро туризм бозоридаги рақобатбардошлиги халқаро туристлар оқимида салмоқли таъсир кўрсатади. Бошқача айтганда, ТСІнинг 1 стандарт оғиш ҳажмига юқори бўлиши, мамлакатга туристлар оқими ҳажмини 1,33 % га ошишига олиб келади. Худди шундай, бошқа субиндексларнинг 1 стандарт оғиш ҳажмига ўсиши туристик оқимларнинг жадвалдаги қийматларга мос равишда юқори бўлишини, мамлакатдаги ишбилармонлик муҳити ҳамда арзон нархлар эса ташриф буюрувчилар сонига бевосита таъсир кўрсатмаслигини кўрсатди.

17. Ўзбекистонда туризм ривожланиши динамикаси ва тенденциялари таҳлили республикада туристик дестинация ҳаёт циклининг тақдимот босқичи яқунланиб, ўсиш босқичи бўсағасида турганлиги ҳақида хулоса қилинди.

18. Натижаларнинг кўрсатишича, туризм соҳаси ўсиш суръатлари 2016 – 2020 йиллар орасида 9,1 %, 2020 – 2025 йилларда 9,3 % ва 2025 – 2030 йилларда 8,9 % ни ташкил этади, натижада ташриф буюрувчилар сони 2015 йилдаги қарийб 2 млн. нафардан 7 млн. нафарга етади.

19. Туризм ўсиши учун муҳим омиллардан бири – давлат институтларининг сифатидир. Туризм соҳаси муваффақиятли ривожланаётган давлатлар тажрибасини ўрганиш давомида туризм соҳасини тартибга солишда турли хил институционал тузилмалар мавжудлиги кузатилади. Жаҳон мам-

лакатлари тажрибасига асосланиб, туризмни институционал асосларини такомиллаштириш учун «Ўзбектуризм» МК негизда Ўзбекистонда Туризм вазирлиги (давлат қўмитаси) ва Туризм Кенгашини ташкил этиш таклифлари республикамиз ҳукумати томонидан эътиборга олинди.

20. Ўзбекистонда туризм хизматларни стандартлаштириш ва сифатини ошириш учун жаҳон стандартлари асосида тасниф моделини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Бу масалаларда Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси ва Ўзбекистон хусусий туристик ташкилотлар уюшмаси масъул бўлиши тавсия этилади. Стандартлаштириш тизимини жорий этган меҳмонхоналарга дастлабки икки йил давомида солиқ имтиёзларини тадбиқ этиш мақбул амаллар қаторига киради.

21. Табиий туризм салоҳияти юқори бўлган, шу жумладан, муҳофазага олинган ҳудудларни зоналаштириш орқали қатъий муҳофазадаги ҳудудлар, атроф-муҳитга зарар етказмайдиган туристик фаолиятни ташкил этиш мумкин бўлган ҳудудлар ҳамда туристик инфратузилма қурилиши мумкин бўлган ҳудудларни белгилаш долзарб вазифалар сирасига киради. Зоналаштиришни Ўзбекистон Республикаси Ер ресурслари, геодезия, картография ва давлат кадастри давлат қўмитаси, Ўзбекистон Республикаси Давлат архитектура ва қурилиш, Табиатни муҳофаза қилиш давлат қўмитаси, вилоятлар ҳокимиятлари билан биргаликда амалга ошириши ҳамда харита сифатида жамоатчиликка тақдим этиши лозим.

22. Республикамизда туризм бўйича таълим сифатини ошириш мақсадида ЮНВТОнинг UNWTO.TedQual сертификатлаш тизимини жорий қилиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. UNWTO.TedQual сертификацияси туризм таълими сифатига бир нечта минимал талаблар қўйиш асосида соҳада таълим, тренинг ва тадқиқотларнинг узлуксиз тарзда такомиллашувини таъминлайди.

23. Ўзбекистонда қўшимча меҳмонхона муассасаларига катта талаб мавжуд. 2030 йилга қадар, янги қурилишлар эвазига меҳмонхоналар сифимини икки карра ошириш тав-

сия этилади. Нукус шаҳри ва вилоятлар марказларида нафақат 3-4 юлдузли, балки 5 ва ундан юқори юлдузли меҳмонхоналардан камида биттадан қурилишини режалаштириш мақсадга мувофиқ деб қараймиз.

24. Енгил автомашина ижараси бўйича халқаро компаниялар хизматлари ташкил этилиши Халқаро туризм рақобатбардошлиги индексида туризм инфратузилмаси кўрсаткичларидан биридир. Ҳозирги даврда дунёнинг 169 давлатида енгил автомашина ижараси бўйича халқаро компаниялар фаолият олиб бормоқда. Бу турдаги хизматлар ташкил этилмаганлиги сабабли, 2008 йилдаги Халқаро туризм рақобатбардошлиги рейтингида мамлакатимиз туризм инфратузилмаси кўрсаткичи бўйича энг қуйи ўринларда қайд этилганди. Миллий туризм рақобатбардошлигини ошириш учун мана шу турдаги хизматларни зудлик билан ташкил этиш тавсия этилади.

25. Замонавий туризмда маълумотларни йиғиш, ташвиқот ва маркетинг, буюртма, электрон савдо, таълим ва ижтимоий тармоқлар янги технологиялар таъсири қамрови кенгайиб бораётган соҳалар муҳим ўрин эгаллаётгани туфайли туристлар учун тегишли маълумотлар порталини такомиллаштириб бориш, марказий буюртма бериш тизимини ривожлантириш, мобиль алоқа воситаларида таъминот дастурларини яратиш тавсия этилади. Шунингдек, Тошкент шаҳрида ва республика вилоятлари марказларида «Турист Ахборот Маркази»ни ташкил этиш ва ахборот-дастур таъминотини қўллаб-қувватлаш ҳам мақсадга мувофиқ бўлади.

26. Мамлакат иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий – ҳуқуқий шарт-шароитлар яратиш, ҳудудларнинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, туризм тармоғини бошқаришни тубдан такомиллаштириш, миллий туризм маҳсулотларини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида тарғибот қилиш, туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантириш ана шу ўта долзарб ва кечиктириб бўлмайдиган чоралар сирасига киради.

## МУРАККАБ СЎЗЛАР ВА АТАМАЛАРНИНГ ИЗОҲЛИ ЛУФАТИ

|   |   |  |
|---|---|--|
| Акайке ва Шварц мезонлари                   | Akaike (AIC)<br>Schwarz (SC)<br>criterion | модель спецификацияси тўғри эканлигини тасдиқлаш учун бир қанча моделлар ичида шу мезонлар қиймати энг кичик бўлган модель танланади |
| алоқадорлик                                 | causality                                 | икки ёки undan ортиқ жараёнларнинг бир-бирига таъсир кўрсатиши   |
| баҳо дифференциацияси стратегияси           | price differentiation strategy            | қуйи мавсумда фестиваллар, махсус байрамлар, спорт мусобақаларини ташкил этиш каби тадбирларни кўрсатиш                              |
| бефарқлик чизиғи                            | indifference curve                        | икки гуруҳ товар истъомол қилинганда, бир хил наф олинadиган нуқталар тўплами  |
| бозор диверсификацияси стратегияси          | Market Diversification strategy           | турли мавсумларда маркетинг кампанияларини уюштириш билан турли бозор сегментларига мурожаат қилиш                                   |
| бюджет чизиғи                               | budget line                               | муайян даврда истъомолчининг ихтиёридаги даромадига сотиб олиш мумкин бўлган товарлар ва хизматлар комбинацияларини кўрсатади        |
| ВЭФ   | World Economic forum                      | Жаҳон Иқтисодий Форуми   |
| давлат томонидан рағбатлантириш стратегияси | Strategy of facilitation by the state     | давлатнинг туризм мавсумийлиги даражасини қисқартириш чоратадбирлари   |
| дестинация                                  | destination                               | туристлар ташриф буюрувчи географик ҳудудни англатади  |
| дестинациянинг қабул қилиш имконияти        | destination carrying capacity             | муайян дестинацияда жойлаштирилиши мумкин бўлган туристлар сонининг юқори чегаравий қиймати  |
| детерминант                                 | determinant                               | аниқловчи, ҳал этувчи омил   |
| жамланма товар теоремаси                    | composite commodity theorem               | бир тўпламга тегишли товарларнинг нисбий нархи ўзгармас сонга тенг бўлса, бу товарлар тўпламига битта товар сифатида қараш мумкин    |

|                         |                       |   |
|-------------------------|-----------------------|---|
| Жохансен кузатув тести  | Johansen Trace Test   | Коинтеграцияни текшириш тести   |
| ички туризм             | internal tourism      | маҳаллий ва кириш туризмни қамраб, мамлакат ичидаги резидент ҳамда норезидент сайёҳларнинг фаолиятини назарда тутуди      |
| кириш туризми           | inbound tourism       | муайян ҳудудда норезидентларнинг саёҳат фаолияти  |
| консьерж                | concierge             | зиммасига меҳмонхонадаги меҳмонларни барча зарур қулай шарт-шароитлар билан таъминлаш юклатилган ходим                    |
| лаг                     | lag                   | бир ўзгарувчининг бошқасига таъсиридаги кечикишини даврлар бўйича ҳисобга олувчи кўрсаткич                                |
| мавсумийлик             | seasonality           | турли мавсумларда туризм хизматларига бўлган талаб ҳажмининг кескин ўзгариши  |
| максимал хусусий қиймат | Maximum Eigenvalue    | Коинтеграцияни текшириш тести   |
| маҳаллий туризм         | domestic tourism      | муайян мамлакат резидентларининг давлат ҳудуди бўйлаб саёҳат фаолияти   |
| миллий туризм           | national tourism      | маҳаллий ҳамда чиқиш туризмни ўз ичига олиб, мамлакат резидентларининг туристик фаолиятини қамраб олиш                    |
| мультипликатор самараси | multiplicative impact | сайёҳларнинг маҳаллий иқтисодиётга сарфлаган маблағларининг айланишлари сони  |
| ОЭСР                    | OECD                  | Иқтисодий Ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилоти  |
| панель маълумотлари     | panel model           | алоҳида шахслар, фирмалар ёки мамлакатлар фаолиятини кузатиш орқали маълум бир давр оралиғида олинган маълумотлар тўплами |
| регрессия               | regression            | ўзгарувчилар орасидаги боғлиқликни баҳоловчи статистик жараён   |

|                                     |                                 |   |
|-------------------------------------|---------------------------------|---|
| рекреация географияси               | recreational geography          | туризм ривожланишини географик хусусиятлар нуқтаи назаридан талқиқ этиш   |
| скаттер-диаграмма                   | Scatter-diagram                 | икки ўзгарувчи орасидаги алоқадорликни график тарзда ифодалаш   |
| тасодифий таъсирни баҳолаш          | Random Effect estimation        | мустақил ўзгарувчилар миқдорида тасодифий ўзгаришларни аниқловчи статистик модель   |
| ташриф буюрувчи                     | visitor                         | доимий истиқомат жойидан бошқа манзилга меҳнат қилиш ниятидан ташқари турли мақсадлар (хизмат сафари, ҳордиқ ёки бошқа шахсий муддао) билан бир йилдан кам муддатга борган сайёҳлар   |
| ТЭҲ                                 | Tourism satellite account       | Туризм ёрдамчи ҳисоби   |
| туризмнинг макро даражадаги таъсири | macroeconomic impact of tourism | савдо баланси, аҳоли бандлиги ва даромадлари, давлат ва маҳаллий бюджет солиқларидан олинadиган даромадлар, иқтисодий тармоқлари диверсификацияси, иқтисодий ўсишни фаоллаштириш ва бошқа масалаларга бўлган таъсирини қамраб олади                           |
| туризмнинг бевосита таъсири         | tourism direct impact           | сайёҳларнинг туристик хизматлар кўрсатувчи корхоналар, шу соҳа ишчиларининг моддий таъминоти ҳамда янги иш ўринларини яратишга қўшган тўғридан-тўғри ҳиссаси  |
| туризмнинг билвосита таъсири        | indirect impact                 | сайёҳларнинг ҳаражатлари бевосита келиб тушадиган туристик хизматлар кўрсатувчи корхоналар ўз талабларини қондириш мақсадида банк, коммунал, қурилиш-таъмирлаш, алоқа, тиббий ва суғурта, озиқ-овқат ва саноат маҳсулотлари сотиб олишга қилинган харажатлари |
| туристик дестинация ҳаёт цикли      | tourism destination life cycle  | дестинациянинг кашф этиш, тақдимот, ривожланиш, консолидация ва стагнация босқичларидан иборат фаолият даври  |



|                                    |   |  |
|------------------------------------|---|--|
| туристик маҳсулот диверсификацияси | Diversified Attraction (changing the product mix) | қуйи мавсум учун янги бозорлар яратади, бу даврда нархлар юқори мавсумдагига нисбатан бир неча баробар кам белгиланади   |
| Ўзгармас таъсир баҳолаш            | Fixed Effect Estimation                           | мустақил ўзгарувчилар миқдорий ўлчовлари нотасодифий деб қараладиган статистик модель  |
| фиктив ўзгарувчи                   | dummy variable                                    | бирон бир ҳодисанинг тобе ўзгарувчига таъсирини аниқлаш мақсадида киритилувчи сунъий ўзгарувчи   |
| халқаро туризм                     | international tourism                             | кириш ва чиқиш туризми тўплами бўлиб, резидентларнинг мамлакат ташқарисидagi ёки норезидентларнинг мамлакат ичидagi фаолиятини ўз ичига олади                    |
| хетерокедастиклик                  | heteroscedasticity                                | танланмадаги кузатувлар бир жинсли эмаслигини билдиради, бунда эконометрик моделдаги тасодифий хатолар дисперсияси катта бўлади ва натижалар ишончлилиги пасаяди |
| ҳосилавий таъсир                   | induced impact                                    | бевосита ва билвосита даромадларнинг бир қисмини минтақа аҳолисига маош сифатида тақсим-ланиши натижасида пайдо бўлади   |
| чиқиш туризми                      | outbound tourism                                  | резидентларнинг мамлакат ташқарисига саёҳат фаолияти   |
| экскурсионист                      | excursionist                                      | бир кунлик (24 соатдан кам қолувчи) саёҳатга чиққан ташриф буюрувчи  |
| экспоненциал текислаш              | exponential smoothing                             | танланмада аввалги кузатувларга янги кузатувларга нисбатан кам улуш ажратиш йўли билан қисқа муддатли истиқболни прогнозлаштиради.                               |
| экстрополяция                      | Extrapolation                                     | кўрсаткичларнинг ўтган даврлардаги ўзгариш тенденциялари ахборотларидан фойдаланиб истиқболдаги қийматларини аниқлаш усули                                       |

|             |  |   |
|-------------|--|---|
| ЮНВТО       | United Nations World Tourism Organization              | Бирлашган Миллатлар Бутунжаҳон сайёҳлик ташкилоти   |
| ADML        | Autoregressive Distributed Lag Model                   | Авторегрессив тақсимланган лаг модели   |
| AI          | Artificial Intelligence                                | Сунъий интеллект  |
| AIDS        | Almost Ideal Demand System                             | Деярли мукамал талаб тизими   |
| ANN         | Artificial Neural Network                              | Сунъий нейрал тизими  |
| ARIMA       | Integrated Autoregressive Moving Average Mode          | Интеграллашган ўртача ҳаракатланувчи авторегрессион модели ўзида авторегрессион (AR) ва ўртача ҳаракатланувчи (MA) моделларини бирлаштиради |
| CGE         | Computable General Equilibrium                         | Умумий мувозанат модели   |
| CI tests    | Cointegration tests                                    | Коинтеграция тестлари   |
| ECM         | Error Correction Model                                 | Хатоликни тузатиш модели  |
| GARCH model | General Autoregressive conditional heteroskedasticity  | Умумий авторегрессив шартли хетероскедастик модели  |
| GATS        | General Agreement on Trade in Services                 | Хизматлар Савдоси хусусида Умумий Келишув   |
| GraM        | Gravitation Model                                      | Гравитация модели   |
| IRTS        | International Recommendations on tourism statistics    | Туризм статистикаси бўйича халқаро тавсиялар  |
| OLS         | Ordinary Least Squares                                 | Энг кичик квадратлар  |
| SARIMA      | Seasonal Integrated Autoregressive Moving Average Mode | Мавсумий Интеграллашган ўртача ҳаракатланувчи авторегрессион моделида мавсумий тебранишлар таъсири эътиборга олинади                        |

|                            |   |  |
|----------------------------|---|--|
| SEM                        | System-of-equations Models                      | Тенгламалар системаси                                    |
| STSM                       | Structural Time Series models                   | таркибий даврий қаторлар                                 |
| TCI                        | Tourism Competitiveness Index                   | туризм рақобатбардошлиги индекси                         |
| TVP model                  | Time Varying Parameter                          | Ностационар параметр модели                              |
| T-статистика, F-статистика | T-statistic, F-statistic                        | Регрессия коэффициентлари тўғрилигини баҳоловчи мезонлар |
| VAR model                  | Vector Autoregressive Model                     | Вектор авторегрессив модели                              |
| WCED                       | World Commission on Environment and Development | Жаҳон атроф-муҳит ва тараққиёт кенгаши                   |

## Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Каримов И.А. 2015 йил иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир// Мамлакатни 2014 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2015 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маъруза// Халқ сўзи, 2015 йил 7 февраль.

2. Каримов И.А. Мамлакатимизни 2015-йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2016-йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2016 йил 16 январь.

3. Каримов И.А.«Мамлакатимизда демократик ислоҳотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси»// Халқ сўзи, 2010 йил 12 ноябрь.

4. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг БМТ Жаҳон сайёҳлик ташкилоти ижроия кенгаши 99-сессиясининг очилиш маросимидаги нутқи. 2 октябрь 2014 йил.

5. Ўзбекистон Республикаси Бош вазири Ш.М. Мирзиёевнинг Олий Мажлис Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги нутқи. «Халқ сўзи» газетаси, 9 сентябрь 2016 й.

6. Алимова, М. Регрессионный анализ тенденций развития туризма в Республике Узбекистан в посткризисный период// Материалы III форума молодых ученых-экономистов.

7. Голищева Е.В. Совершенствование организации и механизма развития туризма в рыночных условиях: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.13 / Голищева Елена Вячеславовна. – Ташкент, 2012.

8. Гуляев В.Г. Мультипликативный эффект в туризме // Вестник РМАТ. 2011. №3. С. 58–69.

9. Карпова Г.А., Сигова М.В., Шевченко Е. П. Актуальные вопросы оценки влияния туризма. Журнал правовых и экономических исследований, 2013, 4, pp. 232–236.

10. Квартальнов В.А. «Туризм», – Москва.: Финансы и статистика», 2002.

11. Криворучко В. И., Варващян А.О. Формирование механизмов стимулирования экономического развития туризма в регионе // Отраслевая экономика. (36) УЭКС, 12/2011.

12. Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.

13. Саидов А.Ф. Туризм – тинчлик ва фаровонлик тимсоли. – Ташкент, Фан, 2005. – 160 с.

14. Тураев, Б.Х. Развитие организационно-экономических механизмов управления региональным туризмом: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.13/ Тураев Баходир Хатамович. – Ташкент, – 2011.

15. Тяпышев О.Г. Международный туризм – рост в посткризисный период и перспективы до 2030 г. // Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 2014. №4.с 28–39.

16. Хазова, Д., С. (2014). Математическое моделирование устойчивого развития туризма. Дисс. канд. наук.

17. Хусанбоев, Б.Х. Социально-экономические аспекты комплексного развития туризма в республике: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.03/ Хусанбоев Бахтиёр Махмудович. – Ташкент, 1996. – 101 с.

18. Advances in Tourism Economics: New Developments By Elvaro Matias, Peter Nijkamp, Manuela Sarmiento /Springer Science & Business Media, 16, 2009.

19. Advisory Commission for Tourism (Beratende Kommission

- fur Fremdenverkehr des Bundesrates)(1979). Das schweizerische Tourismuskonzept, Grundlagen für die die Tourismuspolitik, Bern.
20. Archer, B. (1996). Economic Impact Analysis. *Annals of Tourism Research*, 23(3), pp.704 - 707.
21. Au, N., and Law, R. (2000). The application of rough sets to sightseeing expenditures. *Journal of Travel Research*, 39, pp. 70-77.
22. Ayikoru, M. (2015). Destination competitiveness challenges: A Ugandan perspective. *Tourism Management*, 50, pp.142–158.
23. Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34, pp.877–884.
24. Bhagwati, J.,N., and Srinivasan, T.,N. (1979). Trade policy and development, in: R. Dornbusch and J. Frenkel, eds., *International economic policy* (Johns Hopkins, Baltimore), pp. 1-35.
25. Box, G. E. P., and Jenkins, G. M. (1970). *Time Series Analysis, Forecasting and Control*. San Francisco: Holden Day.
26. Brau, R., Lanza, A., & Pigliaru, F. (2007). How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980–2003. *Tourism Economics*, 13(4), pp.603–613.
27. Bulin, D. & Calaretu, B. (2011). Sustainable development through sustainable tourism – a conceptual note. *Calitatea: acces la success*. Vol. 2.
28. Burger, C. J., Dohnal, M., Kathrada, M., and Law, R. (2001). A practitioners guide to time series methods for tourism demand forecasting –A case study of Durban, South Africa. *Tourism Management*, 22, pp. 403–409.
29. Butler, R.W. (1980). The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24, pp. 5-12.
30. Butler, R., Miossec, J. (1993), *Strategic investment decisions: theory, practice and process*, London, New York.
31. Chan, F., Lim, C., and McAleer, M. (2005). Modelling multivariate international tourism demand and volatility. *Tourism Management*, 26, pp.459–471.

32. Chicago's history of museums in the parks. 2015. Chicago tribune news

33. Chigora, F. (2015). Indifference Curve Supremacy in Tourism Consumption Behaviour: Case of Zimbabwe. *Destination. Case Studies in Business and Management*, 2 (2), pp. 22–35.

34. Cho, V. (2001). Tourism forecasting and its relationship with leading economic indicators. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 25, pp.399–420.

35. Cho, V. (2003). A comparison of three different approaches to tourist arrival forecasting. *Tourism Management*, 24, pp.323–330

36. Claveria, O. and Torra, S. (2014). Forecasting tourism demand to Catalonia: Neural networks vs. time series models. *Economic Modelling*, 36, pp.220–228.

37. Clements, M. P., and Hendry, D. F. (1997). An empirical study of seasonal unit roots in forecasting. *International Journal of Forecasting*, 13, pp.341–355.

38. Coenen, L., Truffer, B. (2012), Places and Spaces of Sustainability Transitions: Geographical Contributions to an Emerging Research and Policy Field», *European Planning Studies*, Vol. 20, No 3, pp.367–374.

39. Cooper, C. and Hall C.M. (2008). *Contemporary tourism: An international Approach*. Chapter 1. *The Tourism system: Holland: Butterworth-Heinemann*, pp. 6–13.

40. Crampton L.-J. The gravitation model. A tool for travel market analyses. - *Revue du tourisme*, 1965, 20, № 3.

41. Culiuc, A. 2014 Determinants of International Tourism. *IMF Working Papers No.14/82*.

42. de Steeg, A.M. (2009). Accounting for tourism: The tourism satellite account (TSA) in perspective, *The Hague, Statistics Netherlands-Grafimedia*.

43. Dearden, P. (1991). Tourism and sustainable development in northern Thailand. *Geographical Review*, 81, pp. 400–413.

44. Deaton, A. S., and Muellbauer, J. (1980). An almost ideal demand system. *American Economic Review*, 70, pp. 312–326.

45. Demiroz, D.M. & Ongan, S. (2005). The contribution of

tourism to the longrun Turkish economic growth, *Ekonomicks Casopis*, 9, pp. 880–894.

46. Dickey, D.A. & Fuller, W.A. (1981). Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Econometrica*, 49, pp. 1057-72.

48. Dilanchev, A. (2012). Tourism Demand in Georgia: Gravity Model Analysis. 7th Silk Road International Conference «Challenges and Opportunities of Sustainable Economic Development in Eurasian Countries» conference paper.

49. Divisekera, S. (2003). A model of demand for international tourism. *Annals of tourism research*, 30(1), pp.31–49.

50. Drakopoulos, G. (2011). Handbook on Tourism Forecasting Methodologies. [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org).

51. Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), pp.305–316.

52. Durbarry, R. Tourism and economic growth: the case of Mauritius//*Tourism Economics*. 2000. Vol.10 (4). pp. 389-401.

53. Dwyer, L. and C. Kim (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), pp. 369–414.

54. Emmelin, L. (2006). Sustainable tourism development in the Baltic sea region: Overview of existing tools and methods for integrating sustainable tourism development with spatial planning at local and regional level. AGORA. The European Tourism Research Institute (ETOUR) toolbox.

55. Engle, R.F. and Granger, C.W.J. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation and testing. *Econometrica*. 55, pp. 251–276.

56. Enright, M.J. and Newton, J. (2004). Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach. *Tourism Management*, 25(6), pp.777–788.

57. Eryigit M, Kotil E, Eryigit R (2010) Factors affecting international tourism flows to Turkey: a gravity model approach. *Tourism Economics*, 16, pp.585–595.

58. Eugenio-Martín, J. L., Morales, N. M., & Scarpa, R.



(2004). Tourism and economic growth in Latin American countries: A panel data approach. *Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper Series, Nota di Lavoro*, 26.

59. Fayissa, B., Nsiah, C., & Tadasse, B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, 14(4), pp.807–818.

60. Firth, T. (2002). Business strategies & tourism: An investigation to identify factors which influence marginal firms to move into or remain on the fringes of tourism industries. Ph.D. thesis, Southern Cross University.

61. Frankel, J., Stein, E., & Wei, S., J. (1996). Regional trading arrangements: Natural or Supernatural? *American Economic Review Papers and Proceedings*, 86(2), pp.52–56.

62. Гарн-Мунуз Т., Amaral T.,P. (2000). An econometric model for international tourism flows to Spain. *Applied Economic Letters*, 7, pp. 525–529.

63. Gerakis, A.S. (1965), 'Effects of Exchange-Rate Devaluations and Revaluations on Receipts from Tourism', *International Monetary Fund Staff Papers* 12, pp. 365–384.

64. Getz, D. (1986). Models in tourism planning: towards integration of theory and practice. *Tourism management*, March, pp. 21–32.

65. Gil-Pareja, S., Llorca-Vivero, R., Martinez-Serrano J., A. (2007). The impact of embassies and consulates on tourism. *Tourism Management*, 28, pp.355–360.

66. Goeldner, C, R, Brent Ritchie R.(2009). «Tourism: Principles, Practices, Philosophies», 11th edition, John Wiley & Sons, Inc.

67. Goh, C., and Law, R. (2002). Modeling and forecasting tourism demand for arrivals with stochastic nonstationary seasonality and intervention. *Tourism Management*, 23, pp. 499–510.

68. Guilfoyle, D., Bennell, B. et al. (2009). Integrating Natural Resource Management and Indigenous Cultural Heritage. *Heritage Management* 2 (2), pp. 149–176.

69. Gunduz, L. & Hatemi-J,A. (2005), Is the tourism-led

growth hypothesis valid for Turkey?, *Applied Economics Letters*, 12, pp. 499–504.

70. Gunn, C.A. (1979). *Tourism Planning*, Crane Russak, New York, USA.

71. Guo, W. (2007). Inbound tourism: an empirical research based on Gravity Model of international trade. *Tourism Tribune*, 22(3), pp.30–34.

72. Guthrie, H.W.(1961). Demand for tourists' goods and services in a world market. *Papers and Proceedings of the Regional Science Association*, 7, pp. 159–175.

73. Hall, C. M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow: Pearson Education.

74. Hall, C.M. & Page, S.J. (2010). The contribution of Neil Leiper to Tourism Studies. *Current Issues in Tourism*, 13(4), pp. 299–309.

75. Hassan, S.S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), pp. 239–245.

76. Helpman, E. & Krugman, P. (1985). *Innovation and growth in the global economy*, MIT Press, Cambridge.

77. Holden A. (2006). *Tourism Studies and the Social Sciences*, Chapter 1. Thinking tourism as a system, Devon: Florence, pp.11–14.

78. Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease? *Tourism Management*, 32, pp.922–933.

79. Hornoiu, R., I.(2009); *Ecotourism – a priority direction in local communities sustainable development*; ASE publishing; Bucharest.

80. <http://www.ecotourism.org/>

81. Inskip, E. (1991). *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.

82. Ivanov S. & Webster C. (2007). Measuring the Impact of Tourism on Economic Growth. *Tourism Economics* 13(3).

83. Janiskee, R.,L. & Mitchell, L.,S. (1989). *Applied recreation geography*. The GeoJournal Library, vol. 15, pp. 151–163.

84. Keum, K. (2010). Tourism flows and trade theory: a

panel data analysis with the gravity model. *Ann Reg SCi*, 44, pp. 541–557.

85. Khadaroo J, Seetanah B (2008) The role of transport infrastructure in international tourism development: a gravity model approach. *Tourism Management*, 29, pp.831–840.

86. Koenig, N. & Bischoff, E.E. (2005). Seasonality: The State of The Art. *International Journal of Tourism Research*, 7, 201–219.

87. Kon, S. C., and Turner W.L. (2005). Neural network forecasting of tourism demand. *Tourism Economics*, 11, pp. 301–328.

88. Krueger, A. (1980). Trade policy as an input to development. *American Economic Review*, 70, pp. 188–292.

89. Laffargue J., P. (2009). The economic and social effects of tourism activities and tourism policies. A survey of the computable general equilibrium (CGE) models approach. CEPREMAP, septembre 2009. – Docweb no 09.05.

90. Lanza, A. and F. Pigliaru, (1995), Specialization in tourism: the case of a small open economy, in Coccossis H. and Nijkamp P., eds, *Sustainable tourism development*, Avebury, Aldershot, UK, pp. 91–104.

91. Lanza, A., Temple, P., & Urga, G. (2003). The implications of tourism specialisation in the long run: An econometric analysis for 13 OCDE economies. *Tourism Management*, 24, pp.315–321.

92. Law, R., and Au, N. (2000). Relationship modeling in tourism shopping: a decision rules induction approach. *Tourism Management*, 21, pp. 241–249.

93. Ledesma-Rodríguez, F., J., Navarro-Ibanez, M., Pérez-Rodríguez, J., V. (2001). Panel data and tourism: a case study of Tenerife. *Tourism Economics* 7 (1), pp. 75–88.

94. Leiper, N. (1979). The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of tourism research*, 6, pp. 390–407.

95. Leiper, N. (2008). Why «the tourism industry» is misleading as a generic expression: the case for the plural variation, «tourism industries». *Tourism management*, 29, pp. 237–251.

96. Li Sh., Wang Z. & Zhong Z. (2012). Gravity Model for

- Tourism Spatial Interaction: Basic Form, Parameter Estimation, and Applications[J]. *Acta Geographica Sinica*, 67(4), pp. 526–544.
97. Li, G. (2009). Tourism demand modeling and forecasting: a review of literature related to Greater China. *Journal of China Tourism Research*, 56 pp. 2–40.
98. Li, G., Song, H., & Witt, S. F. (2005). Recent developments in econometric modeling and forecasting. *Journal of Travel Research*, 44, pp.82–99.
99. Li, S. & Song, H. (2013). Economic impacts of visa restrictions on tourism: a case of two events in China. *Annals of Tourism Research*, 43, pp.257–271.
100. Libreros, M., Massieu, A., & Meis, S. (2006). Progress in Tourism Satellite Account Implementation and Development. *Journal of Travel Research*, 45(1), pp. 83–91
101. Linder S. (1961). An essay on trade and transformation. *Almqvist & Wiksells*, Stockholm.
102. Liu, Z. (2003) Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6). pp. 459–475.
103. Lopa, J.,M., Marecki, R.,F. (1999), ...The critical role of quality in the tourism system», *ProQuest Science Journals*, pp. 37–42.
104. Lucas, R. E.(1988). On the mechanics of Economic development. *Journal of Monetary Economics*. 22.
105. Maior, A.S. (2005). *Business strategies and inter-firm cooperation in tourism*. Thesis, University of Technology, Sydney, unpublished.
106. Mankiw, G. N., & Taylor, M. P. (2006). *Economics*. London, UK: Thomson Learning.
107. Mansfeld, Y. & Pizam, A. (Eds.). (2011). *Tourism, security and safety: from theory to practice*. Taylor & Francis.
108. Massido C., Etzo I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33, pp. 603–612.
109. McCool, S., and D. Lime. (2001). Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantast or Useful Reality. *Journal of Sustainable Tourism*, 9, pp.372–388.

110. McKinnon, R. (1964). Foreign exchange constraint in economic development and efficient aid allocation. *Economic Journal*, 74, pp. 388–409.

111. Merla V.A., Chirita S.(2010). Forecasting in tourism – important component of the planning process. *Romanian Economic and Business Review – Vol.5, No.1*, pp.182–187.

112. Mihalic, T. (2016). Economic impacts of tourism, particularly its potential contribution to economic development. *Handbook of Tourism Economics* ed. by Tisdell, A.

113. Mill R.C. and Morrison A.M. (1985). *The Tourism System*, Prentice-Hall, Eaglewood. NJ, USA.

114. Mill R.C. and Morrison A.M. (2009). *The Tourism System. Chapter 1: An overview of the Tourism System*. Dabuke, Kendall Hunt, pp.1–7.

115. Muchapondwa, E., & Pimhidzai, O. (2011). Modelling International Tourism Demand for Zimbabwe. *International Journal of Business and Social Science*, 2(2), pp. 71–81.

116. Naude, W. A., & Saayman, A.(2005). Determinants of tourist arrivals in Africa: A panel data regression analysis. *Tourism Economics*, 11(3),pp.365–391.

117. Newsome, D., Moore, S., Dowling, R. (2001), *Natural area tourism: ecology, impacts and management*, Bristol, Channel view publications.

118. Nghi, T., Lan, N., T., Thai, N., D., Mai, D., Thanh, D.,X. (2007). Tourism carrying capacity assessment for Phong Nha-Ke Bang and Dong Hoi, Quang Binh province. *VNU Journal of Science, Earth Sciences*, 23, pp. 80–87.

119. O'Reilly, A. (1986). *Tourism Carrying Capacity: Concepts and Issues*. *Tourism Management*, 7, pp.254–258.

120. of Sustainable Tourism, 9, pp.372–388

121. Oh, C. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy, *Tourism Management*, 26 (1), pp. 39–44.

122. Pablo-Romero M.P. & Molina J.A. (2013). Tourism and economic growth: A review of empirical literature. *Tourism Management Perspectives*, 8, pp.28–41.

123. Pigram, J.J. (1990). Sustainable tourism: Policy considerations. *Journal of tourism studies*, 1 (2), pp. 2–9.
124. Po, W. -C., & Huang, B. -N. (2008). Tourism development and economic growth, a nonlinear approach. *Physica A*, 387, pp.5535–5542.
125. Porter M. E. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York.: The Free Press.1980.
126. Productivity Commission. (2005). *Assistance to tourism: Preliminary estimates*. Canberra: Productivity Commission.
127. Rebelo, Sergio (1991). «Long-Run Policy Analysis and Long-Run Growth». *Journal of Political Economy*. 99 (3): 500.
128. Ritchie J. R. B., Crouch G. I. *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford.: CABI Publishing. 2009.
129. Romer, P. M.(1994). The Origins of Endogenous Growth. *The Journal of Economic Perspectives*.8 (1), pp. 3–22.
130. Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, Vol. 33, No. 4, pp. 1121–1140.
131. Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F., Pérez-Rodríguez, J., & Cortes-Jimenez, I. (2010). Does a common currency promote countries' growth via trade and tourism? *The World Economy*, 33(12), pp.1811–1835
132. Seetaram, N. (2010). Use of dynamic panel cointegration approach to model international arrivals to Australia. *Journal of Travel Research*, 49(4), pp. 414–422.
133. Sequeira, T. N., & Nunes, P. M. (2008). Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach. *Applied Economics*, 40, pp. 2431–2441.
134. Shan, J. & Wilson K. (2001). Causality between trade and tourism: empirical evidence from China. *Applied Economics Letters*, 8, pp.279–283.
135. Simpson, K. (2001). Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development. *Current Issues in Tourism* 4(1), pp. 23.

136. Sinclair, M. T., Blake, A., & Sugiyarto, G. (2003). The economics of tourism. In C. Cooper (Ed.), *Classic Reviews in Tourism* (pp. 22-54). Clevedon: Channel View Publications.

137. Singh, D. R. (2008). Small island developing states (SIDS). *Tourism and economic development. Tourism Analysis*, 13, pp. 629–636.

138. Smeral, E., and W̄yger, M. (2005). Does complexity matter? Methods for improving forecasting accuracy in tourism: The case of Australia. *Journal of Travel Research*, 44, pp.100–110.

139. Social Science Research Network, [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1539443](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1539443)

140. Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting—A review of recent research, *Tourism Management*, 29, pp.203–220.

141. Song, H., & Turner, L. (2006). Tourism demand forecasting. In L. Dwyer, & P. Forsyth, (Eds.). *International Handbook on the Economics of Tourism*. Cheltenham: Edward Elgar.

142. Song, H., & Witt, S. F. (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*. Oxford: Pergamon.

143. Song, H., & Witt, S. F. (2011). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches*. Taylor & Francis.

144. Song, H., Witt, S., F., Wong, K., F., Wu, D., C. (2009). An empirical study of forecast combination in tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol.33, 1, pp. 3–29.

145. Stabler M.J., Papatheodorou A. & Sinclair, M., T. (2010). *The economics of tourism*. Second edition. Routledge.

146. Stewart J. Q. (1948). *Demographic Gravitation: Evidence and Applications*, «Sociometry», Vol. 11, pp. 31–58

147. Streimikiene, D., Bilan, Y. (2015). Review of Rural Tourism Development Theories. *Transformations in Business & Economics*, Vol. 14, No 2 (35), pp.21–34.

148. Tinbergen, J. (1962). *Shaping the world economy: Suggestions for an international economic policy*. New York: The Twentieth Century Fund.

149. Turner, L.W., and Witt, S.F. (2001). Factors influencing demand for international tourism: Tourism demand analysis using structural equation modeling Revisited. *Tourism Economics*, 7, pp. 21–28
150. Turner, R.K.. (1993). *Sustainable Environmental Economics and Management: Principles and Practice*, London.
151. UN (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, Series M No. 83/Rev.1.
152. UNCTAD (2010). *The contribution of tourism to trade and development* . United Nations Publication, Sales No. E.08.XVII.28.
153. UNEP and UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, pp.11–12
154. United Nations (1992): *Earth Summit: Agenda 21; Rio Declaration; Statement of Forest Principles: The final text of agreements negotiated by Governments at the United Nations Conference on Environment and Development (UNCED)*, 3–14 June 1992, Rio de Janeiro, Brazil.
155. UNSD, EUROSTAT, OECD and UNWTO (2008) – «2008 Tourism Satellite Account Recommended Methodological Framework (TSA: RMF 2008)», Statistical Commission, Thirty-ninth session 26–29 February.
156. UNWTO (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics- 2008*.ST/ESA/STAT/SER.M/83/Rev.1.
157. UNWTO. (2014). *International recommendations for tourism statistics 2008: compilation guide*. UNWTO, Madrid.
158. Wagar, A. (1964). *The Carrying Capacity of Wild Lands for Recreation*. *Forest Science Monographs* 7, pp. 1–24.
159. Webster, E., Patton, G.,S., Zech, C., E. (2000). *A Gravity Model Analysis of the Effect of Regional Policies to Attract Foreign Tourists*. *Journal of Applied Business Research*.Vol.9, 2.
160. Weng, C.,C. & Wang, K.,K. (2004), *Scale and scope economies of international tourist hotels in Taiwan*, *Tourism Management*, 25, pp. 761–769.
161. Wood, M., E. (2008). *Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability/ [www.uneptie.org/tourism/home.html](http://www.uneptie.org/tourism/home.html)*.



162. World Commission on Environment and Development.(1987). Our Common Future. Oxford University Press, Oxford, UK.

163. World Tourism Organization. (2011). Tourism towards 2030: Global overview. General Assembly 19th Session. Gyeongju, Republic of Korea.

164. World Tourism Organization. (2013). Tourism highlights, UNWTO, Madrid.

165. World Tourism Organization. (2016). UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.

166. World Tourism Organization. (2016), UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.

166. World Tourism Organization.(2016). Tourism highlights, UNWTO, Madrid.

167. World Travel and Tourism Committee (2015). Governing National Tourism Policy. WTTC, London.

168. Wu, D.,C., Song, H. and Li, G. (2008). Analysis of Tourist Expenditure in Hong Kong Using Dynamic AIDS Model. *Tourism and Hospitality Research, Training and Practice*; 230.

169. Zipf, G.K. (1946). The P1 P2/D hypothesis: On the intercity movement of persons. *American Sociological Review*, 11, pp. 677–686.

## ИЛОВАЛАР

*1-илова*

**1999-2016 йилларда миллий туризмни ривожлантириш  
стратегиялари ёки бош режаларини қабул қилган  
давлатлар рўйхати**

| Давлатлар<br>номи | Қабул<br>қилинган йил | Амал қилиш<br>даври й.й. |
|-------------------|-----------------------|--------------------------|
| Эритрея           | 1999 й.               | 2000-2020                |
| Ботсвана          | 2000 й.               | 2010-2016                |
| Малави            | 2000 й.               | 2000-2005                |
| Саудия Арабистони | 2000 й.               | 2000-2015                |
| Уганда            | 2001 й.               | 2002-2006                |
| Танзания          | 2002 й.               | белгиланмаган            |
| Молдова           | 2002 й.               | 2003-2015                |
| Кипр              | 2002 й.               | 2003-2010                |
| Словения          | 2002 й.               | 2002-2006                |
| Мозамбик          | 2004 й.               | 2004-2013                |
| Гондурас          | 2004 й.               | 2006-2021                |
| Словакия          | 2005 й.               | 2005-2013                |
| Гамбия            | 2006 й.               | 2006-2015                |
| Нигерия           | 2006 й.               | белгиланмаган            |
| Корея             | 2006 й.               | белгиланмаган            |
| Лаос              | 2006 й.               | 2006-2020                |
| Папуа-Гвинея      | 2006 й.               | 2007-2017                |
| Венгрия           | 2006 й.               | 2005-2016                |
| Румыния           | 2006 й.               | 2007-2026                |
| Мальта            | 2006 й.               | 2007-2011                |
| Арманистон        | 2007 й.               | 2008-2030                |
| Португалия        | 2007 й.               | 2013-2015                |
| Туркия            | 2007 й.               | 2007-2023                |
| Сьерре-Леоне      | 2008 й.               | 2008-2015                |
| Панама            | 2008 й.               | 2007-2020                |
| Колумбия          | 2008 й.               | 2008-2010                |
| Вануату           | 2008 й.               | 2008-2014                |
| Финландия         | 2008 й.               | 2008-2020                |
| Монако            | 2008 й.               | 2009-2013                |
| Монтенегро        | 2008 й.               | 2020 йилгача             |
| Буркина-Фасо      | 2009 й.               | 2010-2012                |
| Кабо-Верде        | 2009 й.               | 2010-2013                |

|                    |         |               |
|--------------------|---------|---------------|
| Руанда             | 2009 й. | 2010-2020     |
| Ямайка             | 2009 й. | 2009-2030     |
| Уругвай            | 2009 й. | 2009-2020     |
| Непал              | 2009 й. | 2010-2020     |
| Яман               | 2009 й. | 2010-2025     |
| Жанубий Африка     | 2010 й. | 2009-2020     |
| Куракао            | 2010 й. | 2010-2014     |
| Тринидад ва Тобаго | 2010 й. | белгиланмаган |
| Янги Зеландия      | 2010 й. | 2010-2015     |
| Шри-Ланка          | 2010 й. | 2011-2016     |
| Австрия            | 2010 й. | 2010-2015     |
| Қатар              | 2010 й. | 2010-2030     |
| Россия             | 2010 й. | белгиланмаган |
| Ҳиндистон          | 2011 й. | 2011-2015     |
| Швеция             | 2011 й. | 2011-2020     |
| Испания            | 2011 й. | 2012-2015     |
| Иордания           | 2011 й. | 2011-2015     |
| Гана               | 2012 й. | 2013-2027     |
| АҚШ                | 2012 й. | 2012-2021     |
| Бермуд ороллари    | 2012 й. | 2012-2022     |
| Бразилия           | 2012 й. | 2013-2016     |
| Чили               | 2012 й. | 2012-2020     |
| Эквадор            | 2012 й. | белгиланмаган |
| Парагвай           | 2012 й. | 2012-2018     |
| Марина ороллари    | 2012 й. | 2012-2016     |
| Туркменистон       | 2012 й. | 2012-2016     |
| Марокаш            | 2013 й. | 2009-2020     |
| Сенегал            | 2013 й. | 2013-2015     |
| Свазиленд          | 2013 й. | 2012-2016     |
| Зимбабве           | 2013 й. | 2013-2015     |
| Мексика            | 2013 й. | 2013-2018     |
| Гватемала          | 2013 й. | 2014-2016     |
| Перу               | 2013 й. | 2012-2021     |
| Мьянма             | 2013 й. | 2013-2020     |
| Исландия           | 2013 й. | 2011-2020     |
| Хорватия           | 2013 й. | 2014-2020     |
| Гаити              | 2014 й. | белгиланмаган |
| Гуам               | 2014 й. | 2014-2020     |

**2005 – 2016 йилларда миллий туризм маркетинг  
стратегияларини қабул қилган давлатлар рўйхати**

| <b>Давлатлар номи</b> | <b>Нашр қилинган йил</b> | <b>Муддати й.й.</b> |
|-----------------------|--------------------------|---------------------|
| Ямайка                | 2004 й.                  | 2004-2005           |
| Греция                | 2004 й.                  | 2004-2020           |
| Непал                 | 2005 й.                  | 2005-2020           |
| Мексика               | 2007 й.                  | Чегараланмаган      |
| Словения              | 2007 й.                  | 2007-2011           |
| Венгрия               | 2008 й.                  | Чегараланмаган      |
| Гана                  | 2009 й.                  | 2009-2012           |
| Бразилия              | 2009 й.                  | 2010-2020           |
| Колумбия              | 2009 й.                  | Чегараланмаган      |
| Эквадор               | 2009 й.                  | 2009-2014           |
| Шри-Ланка             | 2010 й.                  | Чегараланмаган      |
| Швейцария             | 2010 й.                  | Чегараланмаган      |
| Латвия                | 2010 й.                  | 2010-2015           |
| Яман                  | 2010 й.                  | 2010-2025           |
| Кабо-Верде            | 2011 й.                  | 2011-2013           |
| Канада                | 2012 й.                  | 2012-2016           |
| Аргентина             | 2012 й.                  | 2012-2015           |
| Япония                | 2012 й.                  | Чегараланмаган      |
| Норвегия              | 2012 й.                  | Чегараланмаган      |
| Жазоир                | 2013 й.                  | 2013 йил            |
| Свазиленд             | 2013 й.                  | Чегараланмаган      |
| АҚШ                   | 2013 й.                  | Чегараланмаган      |
| Парагвай              | 2013 й.                  | Чегараланмаган      |
| Лаос                  | 2013 й.                  | Чегараланмаган      |
| Вьетнам               | 2013 й.                  | 2013-2015           |
| Чехия                 | 2013 й.                  | Чегараланмаган      |
| Корея Республикаси    | 2014 й.                  | Чегараланмаган      |
| Янги Зеландия         | 2014 й.                  | 2014-2016           |
| Австрия               | 2014 й.                  | Чегараланмаган      |
| Ямайка                | 2014 й.                  | 2004-2005           |

**Туризм соҳасининг норматив-ҳуқуқий асослари (I мезон)  
субиндексини ташкил этувчи кўрсаткичлар рўйхати**

|  |
|--|
| <b>I мезон: Ишбилармонлик муҳити</b>   |
| 1.01. Хусусий мулкчилик ҳуқуқлари  |
| 1.02. Қонунчиликнинг тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларга таъсири                                      |
| 1.03. Қонунчиликнинг баҳсларни ҳал этишдаги самарадорлиги  |
| 1.04. Қонунчиликдаги ноқулайликларни бизнес субъектлари томонидан ўзгартиришга ҳаракатлари самарадорлиги |
| 1.05. Қурилиш ишларига рухсат олишга сарфланадиган вақт  |
| 1.06. Қурилиш ишларига рухсат олиш харажатлари   |
| 1.07. Бозордаги монополлашув даражаси  |
| 1.08. Бизнесни ташкил этиш учун зарур вақт   |
| 1.09. Бизнесни ташкил этиш учун зарур маблағ   |
| 1.10. Солиқчиликнинг иш билан бандликка таъсири  |
| 1.11. Солиқчиликнинг инвестицияларга таъсири   |
| 1.12. Умумий солиқ ставкаси (даромаддан)   |
| 1.12.a. Меҳнат фондидан ажратмалар   |
| 1.12.b. Даромад солиғи   |
| 1.12.c. Бошқа солиқлар ставкаси  |
| <b>II мезон: Экологик барқарорлик</b>  |
| 2.01. Атроф-муҳит ҳимояси қонунчилиги қатъийлиги   |
| 2.02. Атроф-муҳит ҳимояси қонунчилигининг татбиқи  |
| 2.03. Туризм соҳаси барқарорлиги   |
| 2.04. Карбонат ангидрид эмиссияси  |
| 2.05. Заҳарли моддалар концентрацияси  |
| 2.06. Хавф остида қолган турлар (ҳайвонот олами)   |
| 2.07. Атроф-муҳит конвенциялари ратификацияси  |
| <b>III мезон: Хавфсизлик</b>   |
| 3.01. Бизнеснинг терроризм билан боғлиқ харажатлари  |

|   |
|---|
| 3.02. Ички ишлар хизматларининг ишончилиги                          |
| 3.03. Бизнеснинг жиноят ва зўравонлик билан боғлиқ харажатлари      |
| 3.04. Йўл ҳаракати ҳодисалари                                       |
| IV мезон: Саломатлик ва гигиена                                     |
| 4.01. Шифокорлар нисбати  |
| 4.02. Сифатли санитария хизматлари билан таъминланганлик            |
| 4.03. Тоза ичимлик суви билан таъминланганлик                       |
| <b>4.04. Шифохона ўринлари</b>                                      |
| V мезон: Туризм устуворлиги   |
| 5.01. Туризм индустриясини давлат томонидан устуворлаштирилиши      |
| 5.02. Давлатнинг туризмга харажатлари (давлат бюджетидagi улуши, %) |
| 5.03. Туристларни жалб қилишда маркетинг ишларининг самарадорлиги   |
| 5.04. Туризм статистикасининг муфассаллиги                          |
| 5.05. Туризм статистикаси тақдироти муддатлари                      |

4-илова

**Туризм соҳасининг ишбилармонлик муҳити ва инфратузилмаси субиндексини ўлчаш мезонлари**

|   |
|---|
| <b>VI мезон: Ҳаво транспорти инфратузилмаси</b>     |
| 6.01. Ҳаво транспорти инфратузилмаси сифати         |
| 6.02. Мавжуд ўриндиқлар сони (маҳаллий)             |
| 6.03. Мавжуд ўриндиқлар сони (халқаро)              |
| 6.04. 1000 кишига келишлар сони                     |
| 6.05. Аэропорт зичлиги                              |
| 6.06. Фаолият кўрсатаётган авиакомпаниялар сони     |
| 6.07. Халқаро транспорт тизими                      |
| <b>VII мезон: Ер усти транспорти инфратузилмаси</b> |
| 7.01. Йўллар сифати                                 |

|  |
|--|
| 7.02. Темирйўл инфратузилмаси сифати                                   |
| 7.03. Порт инфратузилмаси сифати                                       |
| 7.04. Маҳаллий транспорт тизими сифати                                 |
| 7.05. Йўл зичлиги  |
| <b>VIII мезон: Туризм инфратузилмаси</b>                               |
| 8.01. Меҳмонхона хоналари сони   |
| 8.02. Асосий автомобил ижараси компаниялари мавжудлиги                 |
| 8.03. Виза карточкаларига хизмат кўрсатувчи банкоматлар сони           |
| <b>IX мезон: Ахборот технологиялари инфратузилмаси</b>                 |
| 9.01. Бизнес-бизнес ўтказмаларида ахборот технологияларининг қўлланиши |
| 9.02. Бизнес-мижоз ўтказмаларида ахборот технологияларининг қўлланиши  |
| 9.03. Интернетдан фойдаланувчи шахслар сони                            |
| 9.04. Телефон тармоқлари   |
| 9.05. Кенг тармоқли Интернет фойдаланувчилари                          |
| 9.06. Мобиль алоқа фойдаланувчилари                                    |
| 9.07. Мобил кенг-тармоқ фойдаланувчилари                               |
| <b>X мезон: Нарх рақобатбардошлиги</b>                                 |
| 10.01. Авиабилет баҳоси ва аэропорт тўловлари                          |
| 10.02. Харид қобилияти   |
| 10.03. Солиқчилик қўлами ва таъсири                                    |
| 10.04. Ёқилги баҳолари   |
| 10.05. Меҳмонхона нархлари   |

**Туризм соҳасининг маданий, табиий ва инсон ресурслари  
субиндексини ўлчаш мезонлари**

|  |
|--|
| <b>XI мезон: Инсон ресурслари</b>  |
| 11.01. Бошланғич таълим қамрови  |
| 11.02. Урта таълим қамрови   |
| 11.03. Таълим тизими сифати  |
| 11.04. Маҳаллий ихтисослаштирилган тадқиқот ва малака ошириш хизматларининг мавжудлиги |
| 11.05. Ходимлар малакасини ошириш даражаси   |
| 11.06. Ишга ёллаш ва бўшатиш амалиёти  |
| 11.07. Хорижий ишчини ёллаш мураккаблиги   |
| 11.08. ОИТС тарқалганлиги  |
| 11.09. ОИТСнинг тадбиркорликка таъсири   |
| 11.10. Умр давомийлиги   |
| <b>XII мезон: Туризм соҳасига мойиллик</b>   |
| 12.01. Туризм очиклиги   |
| 12.02. Аҳолининг хорижли ташриф буюрувчиларга муносабати                               |
| 12.03. Хизмат сафарлари узайтирилиши тавсия этилиши                                    |
| 12.04. Мижозга йўналтирилганлик даражаси   |
| <b>XIII мезон: Табиий ресурслар</b>  |
| 13.01. Жаҳон табиий мероси ёдгорликлари сони   |
| 13.02. Табиий муҳит сифати   |
| 13.03. Маълум турлар сони (ҳайвонот олами)   |
| 13.04. Биом ҳимояси  |
| 13.05. Сув олами ҳимояси   |
| <b>XIV мезон: Маданий ресурслар</b>  |
| 14.01. Жаҳон маданий мероси ёдгорликлари сони  |
| 14.02. Спорт стадионлари   |
| 14.03. Халқаро кўргазмалар ва ярмаркалар сони  |
| 15.04. Ижодий соҳа экспорти  |



| Vector Error Correction Estimates            |            |            |
|--|------------|------------|
| Date: 07/11/16 Time: 15:13                   |            |            |
| Sample (adjusted): 1997 2015                 |            |            |
| Included observations: 19 after adjustments  |            |            |
| Standard errors in ( ) & t-statistics in [ ] |            |            |
| Cointegrating Eq:                            | CointEq1   |            |
| LGDP(-1)                                     | 1.000000   |            |
| LTA(-1)                                      | -0.862598  |            |
|  | (0.03848)  |            |
|  | [-22.4147] |            |
| C  | 4.848913   |            |
| Error Correction:                            | D(LGDP)    | D(LTA)     |
| CointEq1                                     | -0.131214  | 1.553220   |
|  | (0.07905)  | (0.16232)  |
|  | [-1.65991] | [ 9.56871] |
| D(LGDP(-1))                                  | 0.889463   | 0.115274   |
|  | (0.20635)  | (0.42373)  |
|  | [ 4.31041] | [ 0.27204] |
| D(LGDP(-2))                                  | 0.153882   | 0.178557   |
|  | (0.23516)  | (0.48289)  |
|  | [ 0.65437] | [ 0.36977] |
| D(LGDP(-3))                                  | -0.280430  | 0.764007   |
|  | (0.19787)  | (0.40630)  |
|  | [-1.41728] | [ 1.88038] |
| D(LTA(-1))                                   | -0.035697  | 0.423951   |
|  | (0.04349)  | (0.08929)  |
|  | [-0.82089] | [ 4.74778] |

|   |            |            |
|---|------------|------------|
| D(LTA(-2))                              | 0.040731   | 0.248333   |
|   | (0.04316)  | (0.08862)  |
|   | [ 0.94373] | [ 2.80207] |
|   |            |            |
| D(LTA(-3))                              | -0.157411  | -0.189295  |
|   | (0.04422)  | (0.09081)  |
|   | [-3.55948] | [-2.08453] |
|   |            |            |
| C                                       | 0.039414   | -0.016625  |
|   | (0.02273)  | (0.04668)  |
|   | [ 1.73384] | [-0.35616] |
| R-squared                               | 0.786675   | 0.935570   |
| Adj. R-squared                          | 0.650923   | 0.894568   |
| Sum sq. resids                          | 0.070015   | 0.295227   |
| S.E. equation                           | 0.079781   | 0.163826   |
| F-statistic                             | 5.794935   | 22.81810   |
| Log likelihood                          | 26.27327   | 12.60245   |
| Akaike AIC                              | -1.923502  | -0.484468  |
| Schwarz SC                              | -1.525843  | -0.086810  |
| Mean dependent                          | 0.068419   | 0.127028   |
| S.D. dependent                          | 0.135033   | 0.504540   |
|   |            |            |
| Determinant resid covariance (dof adj.) |            | 0.000138   |
| Determinant resid covariance            |            | 4.61E-05   |
| Log likelihood                          |            | 40.93631   |
| Akaike information criterion            |            | -2.414348  |
| Schwarz criterion                       |            | -1.519617  |

| Vector Error Correction Estimates            |                                       |                                      |
|--|---------------------------------------|--------------------------------------|
| Date: 01/17/17 Time: 10:08                   |                                       |                                      |
| Sample (adjusted): 1996 2015                 |                                       |                                      |
| Included observations: 20 after adjustments  |                                       |                                      |
| Standard errors in ( ) & t-statistics in [ ] |                                       |                                      |
| Cointegrating Eq:                            | CointEq1                              |                                      |
| LGDP(-1)                                     | 1.000000                              |                                      |
| LTR(-1)                                      | - 0.376960<br>(0.08128)<br>[ 4.63783] |                                      |
| C  | -11.59982                             |                                      |
| Error Correction:                            | D(LGDP)                               | D(LTR)                               |
| CointEq1                                     | -0.057517<br>(0.01279)<br>[-4.49781]  | -0.800767<br>(0.34227)<br>[-2.33956] |
| D(LGDP(-1))                                  | -0.050948<br>(0.26187)<br>[-0.19455]  | -17.17575<br>(7.00917)<br>[-2.45047] |
| D(LGDP(-2))                                  | 0.291289<br>(0.21023)<br>[ 1.38555]   | 14.02733<br>(5.62704)<br>[ 2.49284]  |
| D(LTR(-1))                                   | 0.042975<br>(0.01283)<br>[ 3.34962]   | 0.877093<br>(0.34340)<br>[ 2.55415]  |
| D(LTR(-2))                                   | 0.034629<br>(0.01010)<br>[ 3.42900]   | 0.172991<br>(0.27030)<br>[ 0.64000]  |
| C  | 0.068352<br>(0.02018)<br>[ 3.38706]   | 0.350787<br>(0.54014)<br>[ 0.64944]  |

|   |           |           |
|---|-----------|-----------|
| R-squared                               | 0.809690  | 0.415516  |
| Adj. R-squared                          | 0.741723  | 0.206772  |
| Sum sq. resids                          | 0.062806  | 44.99451  |
| S.E. equation                           | 0.066979  | 1.792734  |
| F-statistic                             | 11.91287  | 1.990551  |
| Log likelihood                          | 29.25553  | -36.48685 |
| Akaike AIC                              | -2.325553 | 4.248685  |
| Schwarz SC                              | -2.026833 | 4.547405  |
| Mean dependent                          | 0.066234  | -0.141196 |
| S.D. dependent                          | 0.131794  | 2.012874  |
|   |           |           |
| Determinant resid covariance (dof adj.) |           | 0.004816  |
| Determinant resid covariance            |           | 0.002360  |
| Log likelihood                          |           | 3.733634  |
| Akaike information criterion            |           | 1.026637  |
| Schwarz criterion                       |           | 1.723649  |

8-шлова

**Ўзбекистоннинг халқаро туризм рақобатбардошлиги (ВЭФ)  
2008 йил рейтингдаги кўрсаткичлар ўрни**

|                                | Кўрсаткич   | Рейтингда<br>ги ўрни<br>(130 дан) |
|--------------------------------|---|-----------------------------------|
| <b>Умумий рейтингдаги ўрни</b> |   | 90                                |
| <b>I мезон</b>                 | Қонунчилик ва ҳуқуқий тартибга солиш                          | 64                                |
| 1.01.                          | Хорижий мулк тарқалганлиги                                    | 83                                |
| 1.02.                          | Хусусий мулкчилик ҳуқуқи                                      | 95                                |
| 1.03.                          | Қонунчиликнинг тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларга таъсири | 74                                |
| 1.04.                          | Виза талаблари  | 110                               |
| 1.05.                          | Икки томонлама Ҳаво хизматлари келишуви очиқлиги              | 61                                |
| 1.06.                          | Давлат сиёсати ойдinлиги (транспарентлиги)                    | 89                                |
| 1.07.                          | Бизнесни ташкил этиш учун зарур вақт                          | 24                                |
| 1.08.                          | Бизнесни ташкил этиш учун зарур маблағ                        | 65                                |

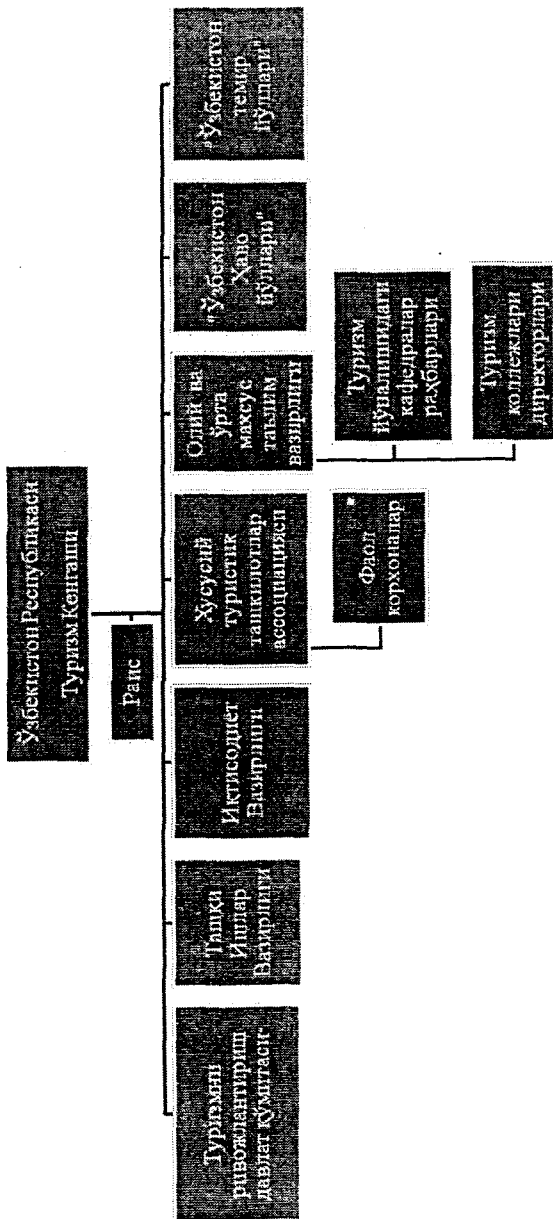
|                  |   |              |
|------------------|---|--------------|
| <b>II мезон</b>  | Экологик барқарорлик  | 111          |
| 2.01.            | Атроф-муҳит ҳимояси қонунчилиги қатъийлиги                    | 53           |
| 2.02.            | Атроф-муҳит ҳимояси қонунчилигининг татбиқи                   | 47           |
| 2.03.            | Туризм соҳаси барқарорлиги                                    | 34           |
| 2.04.            | Карбонат ангидрид эмиссияси                                   | 71           |
| 2.05.            | Заҳарли моддалар концентрацияси                               | 95           |
| 2.06.            | Хавф остида қолган турлар                                     | 82           |
| 2.07.            | Атроф-муҳит конвенциялари ратификацияси                       | 123          |
| <b>III мезон</b> | Хавфсизлик  | 69           |
| 3.01.            | Бизнеснинг терроризм билан боғлиқ харажатлари                 | 112          |
| 3.02.            | Ички ишлар хизматларининг ишончлилиги                         | 55           |
| 3.03.            | Бизнеснинг жиноят ва зўравонлик билан боғлиқ харажатлари      | 71           |
| 3.04.            | Йўл ҳаракати ҳодисалари                                       | 73           |
| <b>IV мезон</b>  | Саломатлик ва гигиена   | 56           |
| 4.01.            | Шифокорлар нисбати  | 33           |
| 4.02.            | Сифатли санитария хизматлари билан таъминланганлик            | 83           |
| 4.03.            | Тоза ичимлик суви билан таъминланганлик                       | 89           |
| 4.04.            | Шифохона ўринлари   | 34           |
| <b>V мезон</b>   | Туризм устуворлиги  | 64           |
| 5.01.            | Туризм индустриясини давлат томонидан устуворлаштирилиши      | 24           |
| 5.02.            | Давлатнинг туризмга харажатлари (давлат бюджетигаги улуши, %) | Маълумот йўқ |
| 5.03.            | Туристларни жалб қилишда маркетинг ишларининг самарадорлиги   | 57           |
| 5.04.            | Туристик кўرғазмаларда иштирок этиш                           | 111          |
| <b>VI мезон</b>  | Ҳаво транспорти инфратузилмаси                                | 80           |
| 6.01.            | Ҳаво транспорти инфратузилмаси сифати                         | 44           |

|                   |   |            |
|-------------------|---|------------|
| 6.02.             | Мавжуд ўриндиқлар сони                                    | 78         |
| 6.04.             | 1000 кишига келишлар сони                                 | 95         |
| 6.05.             | Аэропорт зичлиги  | 89         |
| 6.06.             | Фаолият кўрсатаётган авиакомпаниялар сони                 | 77         |
| 6.07.             | Халқаро транспорт тизими                                  | 75         |
| <b>VII мезон</b>  | <b>Ер усти транспорти инфратузилмаси</b>                  | <b>73</b>  |
| 7.01.             | Йўллар сифати   | 54         |
| 7.02.             | Темирйўл инфратузилмаси сифати                            | 24         |
| 7.03.             | Порт инфратузилмаси сифати                                | 123        |
| 7.04.             | Маҳаллий транспорт тизими сифати                          | 94         |
| 7.05.             | Йўл зичлиги   | 72         |
| <b>VIII мезон</b> | <b>Туризм инфратузилмаси</b>                              | <b>130</b> |
| 8.01.             | Меҳмонхона хоналари сони                                  | 114        |
| 8.02.             | Асосий автомобиль ижараси компаниялари мавжудлиги         | 123        |
| 8.03.             | Виза карточкаларига хизмат кўрсатувчи банкоматлар сони    | 120        |
| <b>IX мезон</b>   | <b>Ахборот технологиялари инфратузилмаси</b>              | <b>99</b>  |
| 9.01.             | Бизнес ўтказмаларида ахборот технологияларининг қўлланиши | 33         |
| 9.02.             | Интернетдан фойдаланувчи шахслар сони                     | 98         |
| 9.03.             | Телефон тармоқлари  | 98         |
| 9.04.             | Кенг тармоқли Интернет фойдаланувчилари                   | 102        |
| 9.05.             | Мобил алоқа фойдаланувчилари                              | 128        |
| <b>X мезон</b>    | <b>Нарх рақобатдошлиги</b>                                | <b>12</b>  |
| 10.01.            | Авиабилет баҳоси ва аэропорт тўловлари                    | 43         |
| 10.02.            | Харид қобилияти   | 17         |
| 10.03.            | Солиқчилик қўлами ва таъсири                              | 84         |
| 10.04.            | Ёқилғи баҳолари   | 24         |
| 10.05.            | Меҳмонхона нархлари                                       | 7          |

|                   |   |              |
|-------------------|---|--------------|
| <b>XI мезон</b>   | Инсон ресурслари  | 44           |
|                   | Бошланғич таълим қамрови  | маълумот йўқ |
| 11.02.            | Ўрта таълим қамрови   | 43           |
| 11.03.            | Таълим тизими сифати  | 32           |
| 11.04.            | Маҳаллий ихтисослаштирилган тадқиқот ва малака ошириш хизматларининг мавжудлиги | 58           |
| 11.05.            | Ходимлар малакасини ошириш даражаси   | 70           |
| 11.06.            | Ишга ёллаш ва бўшатиш амалиёти  | 12           |
| 11.07.            | Хорижий ишчини ёллаш мураккаблиги   | 58           |
| 11.08.            | ОИТС тарқалганлиги  | 49           |
| 11.09.            | ОИТСнинг тадбиркорликка таъсири   | 95           |
| 11.10.            | Умр давомийлиги   | 97           |
| <b>XII мезон</b>  | Туризм соҳасига мойиллик  | 81           |
| 12.01.            | Туризм очиқлиги   | 122          |
| 12.02.            | Аҳолининг хорижли ташриф буюрувчиларга муносабати                               | 68           |
| 12.03.            | Хизмат сафарлари узайтирилиши тавсия этилиши                                    | 2            |
| <b>XIII мезон</b> | Табиий ресурслар  | 105          |
| 13.01.            | Жаҳон табиий мероси ёдгорликлари сони   | 70           |
| 13.02.            | Табиий муҳит сифати   | 91           |
| 13.03.            | Маълум турлар сони (ҳайвонот олами)   | 73           |
| 13.04.            | Биом ҳимояси  | 84           |

|                      |  |     |
|----------------------|--|-----|
| <b>XIV<br/>мезон</b> | Маданий ресурслар                      | 86  |
| 14.01.               | Жаҳон маданий мероси ёдгорликлари сони | 46  |
| 14.02.               | Спорт стадионлари                      | 109 |
| 14.03.               | Халқаро кўргазмалар ва ярмаркалар сони | 119 |





Ўзбекистонда Туризм Кенгаши таркиби тузилиши

**САФАРОВА НИЛУФАР  
НЕЪМАТИЛЛАЕВНА**

**ТУРИЗМ  
РИВОЖЛАНИШИНИНГ  
ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ  
АСОСЛАРИ**

Муҳаррир: М.П.Нарзикулов  
Бадий муҳаррир: Ш. Жўрабоев  
Техник муҳаррир: А. Жўраев  
Саҳифаловчи: Д. Зокирова

Нашриёт лицензияси: АИ №250, 2.10.2013.  
Теришга 2017 йил 10 январда берилди.  
Босишга 2017 йил 1 февралда рухсат этилди.  
Бичими 60x84  $\frac{1}{16}$  Times TAD гарнитураси.  
Офсет босма. 13,75 ш. б.т. Адади 300 нусха.  
Буюртма № 7

«IFMR» нашриёти компьютер марказида  
нашрга тайёрланди

«ZAMON POLIGRAF» босмахонасида чоп этилди.  
Манзил: Тошкент ш., Юнусобод тумани,  
Бободехқон кўчаси, 45 уй

