



O'ZBEKISTONDA TURIZM XIZMATLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

A'zamov Saidakbarxon Avazxon o'g'li

Tashkent xalqaro maliyaviy boshqaruv va texnologiyalar universiteti (TIFT) Akademik faoliyat va registrator departamenti

Ta'limni raqamlashtirish va talabalar amaliyotini tashkil etish menejeri

ARTICLE INFORMATION	ABSTRACT
Volume: 1 Issue: 6 DOI: https://doi.org/10.55439/INSURE/vol1_iss6/a11	Ushbu maqolada mamlakatimizda turizm xizmatlari bozorini rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirishni muhokama qilishga bag'ishlangan. Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi o'zgarishini endogen omil sifatida olgan holda uning asosiy omil (resurs)lar ta'sirida o'zgarishi bo'yicha ko'p omilli tahlil amalga oshirildi va 2026-yilga qadar prognoz ko'rsatkichlar ishlab chiqildi. Turizm sohasidagi klasterli yondashuv bo'yicha integratsiya jarayonlarining o'ziga xos jihatlari hisobga olgan holda turistik klasterlarning shakllanishi va faoliyat ko'rsatishi taklif etilgan tamoyillar asosida olib borilishi maqsadga muvofiqligi asoslandi.
KEYWORDS	turizm, ichki turizm, turizm xizmatlari, investitsiyalar, turizm sohasidagi tadbirkorlik, turizm industriyasi, turistik xizmatlar bozori, Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi, model.

Kirish

Jahon miqyosida yuz berayotgan global o'zgarishlar ta'sirida taraqqiyotning bugungi bosqichida ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarda xizmatlashuv tendensiyasi kuzatilmoqda. Ijtimoiy-iqtisodiy tizimlar faoliyatining xizmatlashuv darajasining ortishi bilan mahsulot ishlab chiqarish, ishlar bajarish jarayonlari asosiy faoliyat bilan bog'liq ko'rsatilayotgan xizmatlar hajmi va sifatining raqobat ustunligi omiliga aylanishiga olib keladi. Servlashuv jarayonining kengayishi bilan milliy va global darajada faoliyat ko'rsatuvchi xizmatlar sohasi tarkibidagi tuzilmalarning alohida mamlakatlar hamda jahon miqyosida rivojlanish sur'ati ortadi. Ana shunday tuzilmalardan biri turizm sohasi va uning tarkibidagi tarmoqlar hisoblanib, so'nggi davrlardagi iste'molchilarning dam olish hamda jismoniy va aqliy tiklanish uchun ehtiyojlarining daromadlar darajasiga bog'liq holda ortib borishi natijasida sohaning global darajada tez sur'atlardagi rivojlanishi kuzatilmoqda.

Turizm sohasi, bir tomondan, odamlar va ularning guruhlar o'zlarining ijtimoiy, iqtisodiy, ekologik, madaniy, ma'rifiy va boshqa manfaatlarini ro'yobga chiqaradigan hamda tegishli ehtiyojlarni qondiradigan ijtimoiy-iqtisodiy tizim bo'lib hisoblansa, ikkinchi tomondan, bir vaqtning o'zida iqtisodiyotning soha bilan bog'liq tarmoqlarining parallel rivojlanishini belgilash orqali multiplikativ samarani keltirib chiqaruvchi sohadir.

Jahonda hozirgi davrda kirish turizmidagi yo'qotishlarni ichki turizm faoliyatini rivojlantirish orqali kamaytirish, sohaning yalpi ichki mahsulot va aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi xizmatlar hajmidagi ulushini oshirish, hududlarda aholini yangi ish o'rinlari bilan ta'minlash hamda soha korxonalarida boshqaruvning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish bo'yicha bir qator ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Shu jihatdan ichki turizm faoliyatiga ixtisoslashgan korxonalardagi gorizontal va vertikal boshqaruv tuzilmalarini kengaytirish, xizmatlardan foydalanishni raqamli tizimlar asosida qulaylashtirish, ichki turizm faoliyati tuzilmalarida boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish yo'nalishida ilmiy tadqiqotlar olib borish ustuvor yo'nalishlardan hisoblanadi.

Adabiyotlar tahlili

Turizm sohasi milliy iqtisodiyot rivojlanishida tutgan o'rni nafaqat uning yuqori daromad keltirishi, balki mehnattalab sanoat ish o'rinlarini yaratish orqali bandlik muammosini hal etishga ijobiy ta'sir ko'rsatishi, tabiiy va madaniy muhitni asrashi orqali barqaror rivojlanishni ta'minlashda asosiy rol o'ynashi, xalqlar va millatlararo totuvlikni ta'minlashga sezilarli hissa qo'shishi hamda mamlakat va hududlar darajasida tadbirkorlik faoliyatini jadal rivojlantirishi bilan ham belgilanadi.

Soha faoliyatining rivojlanishi bo'yicha tadqiqot olib borayotgan tadqiqotchilarning fikriga ko'ra, turizm sohasi pandemiyadan keyin yana qayta iqtisodiyotning dinamik yo'nalishiga aylanishi bashorat qilinmoqda, shu nuqtai nazardan turdosh sohalar, ya'ni transport (aviaqatnovlar, temir yo'l, yerusti transporti, suv transporti, transport vositalarini ishlab chiqish), aloqalar va logizm (aloqa vositalari, AKT, xalqaro munosabatlar, iqtisodiyot rivojini huquqiy ta'minlash, kichik va o'rta biznes subyektlarini tashkil qilish), infratuzilma (mehmonxonalar qurish, milliy ovqatlanish maskanlari va relaksatsion dasturlarning amalga shirilishi), xizmat ko'rsatish sohalari (teatr, musiqa, tarixiy va madaniy obidalar, ovqatlanish maskanlari va mehmonxona biznesi), yangi mehnat bozori, ish o'rinlarining yaratilishi kabi tarmoqlarning yuksak darajada rivoji uchun turki bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Turizm fransuzcha "tour" so'zidan olingan bo'lib, sayr-sayohat ma'nosini anglatadi. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi Qonunida turizm tushunchasiga quyidagicha ta'rif berilgan: "Turizm – jismoniy shaxsning doimiy istiqomat qiladigan joyidan sog'lomlashtirish, ma'rifiy, kasbiy-amaliy yoki boshqa maqsadlarda borilgan joyda (mamlakatda) haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda uzog'i bilan bir yil muddatga jo'nab ketishi (sayohat qilishi)".

Turizm - bu odamlarning bo'sh vaqtlarida o'z doimiy turar joylaridan boshqa mamlakat yoki o'z mamlakatlari ichida taassurot va dam olish, sog'liqni tiklash, mehmondorchilik, bilim olish yoki kasbiy amaliy maqsadlarda sayohat qilishlari, lekin borgan joylarida pul bilan rag'batlantiriladigan ish bilan shug'ullanmaydilar[1].

Jahon xo'jaligining globallashuvi va integratsiyalashuvi kuchayib borayotgan bir davrda turizm tushunchasining mohiyatini to'g'ri talqin etish va uning mohiyatini to'g'ri anglab yetish ham nazariy, ham amaliy ahamiyat kasb etadi. Bu haqda xorijiy va mahalliy olimlarning fikri turli-tuman bo'lib, turlicha qarash va konsepsiyalar mavjud. Jumladan, A.Y.Aleksandrova «Kishilarning doimiy turarjoylari va ishlaridan farqlanuvchi joylarga yetib kelishi va joylashishi vaqtida yuzaga keladigan munosabatlar va hodisalar yig'indisi turizmdir»[2] - deb ta'kidlab o'tgan bo'lsa, Y.V.Tishukov esa «Turizm –mamlakat fuqarolari, xorijlik fuqarolar va fuqarolikka ega bo'lmagan shaxslarning doimiy turarjoylaridan sog'lomlashtirish, tanishish, kasbiy-ishbilarmonlik, sport, diniy va boshqa maqsadlarda vaqtinchaya shab turgan mamlakatidagi haq to'lanadigan faoliyat bilan band bo'lmagan holda vaqtinchalik sayohatlaridir»[3] - degan fikrni bildiradi.

Shuni ta'kidlab o'tish joizki, ayrim xorijiy va mahalliy olimlar turizming jadal taraqqiyoti alohida tarmoq holidagi industriyadir, ya'ni turizm industriya sifatida ham tan olinmoqda.

Y.V.Tishukov o'z risolasida «Turizm industriyasi – bu mehmonxona va boshqajoylashtirish vositalari, transport vositalari, umumiy ovqatlanish obyektlari, dam olish obyektlari va vositalari, tanishish, ishbilarmonlik, sog'lomlashtirish, sport va boshqa maqsadlardagi obyektlar, turoperatorlik va turagentlik faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar, shuningdek, ekskursiya xizmatlari va gid-tarjimonlar xizmatini namoyon etuvchi tashkilotlar to'plamidir» - deb e'tirof etgan bo'lsa, M.B. Birjakov esa «Turistik xizmat – turizm maqsadlari, turistik xizmatning yo'nalishi va tabiati, turistik mahsulotga javob beruvchi, umuminsoniy axloq va tartib tamoyillariga mos keluvchi ekskursant yoki turistning ehtiyojlarini ta'minlash va qanoatlantirishga yo'naltirilgan xizmat ko'rsatish sohasidagi maqsadlarga yo'naltirilgan harakatlar yig'indisidir»[4] - degan fikrni bildiradi.

S.A.Bistrov va M.G.Voronsova esa «Turistik xizmatlar bozori – bu ma'lum vaqt va ma'lum joyda o'ziga xos turistik tovarlar va xizmatlar savdo-sotiq jarayonlarini ta'minlash uchun talab va taklifni birlashtiruvchi umumiy iqtisodiy hodisa hisoblanadi»[5] - deb yozadi. YE.N.Ilna esa, turistik bozor asosan to'rtta asosiy unsurlarning iqtisodiy o'zaro ta'sir etish tizimida, ya'ni turistik talab, turistik mahsulot taklifi, narx va raqobatda namoyon bo'ladi. Zamonaviy turistik bozoretarli darajada rivojlangan bo'lib, boshqa bozorlar kabi u sotuvchining bozoridan (bunda ishlab chiqaruvchi qanday mahsulot, qanday miqdorda va qayerda sotishni hal etadi) xaridorning bozorigacha rivojlanadi. Xaridor qanday mahsulot, qancha hajmda va qanday narx bo'yicha ishlab chiqaruvchi mahsulot ishlab chiqarishini belgilaydi[6] - deb ko'rsatadi.

Bugungi kunda turizm xizmatlari bozorida dunyo miqyosida pandemiyadan oldingi davrga tiklanish davri davom etayotgan bir paytda mamlakatlar soha faoliyatini rivojlantirish uchun hududiy yondashuvlar asosida chora-tadbirlar ishlab chiqmoqda. Jumladan, mamlakatimizda ham soha faoliyatini yanada rivojlantirish maqsadida hukumat darajasida turli ko'rinishdagi chora-tadbirlar va me'yoriy-hujjatlar ishlab chiqilmoqda. Pandemiya davridagi kirish va chiqish turizmida kuzatilgan muammolar o'rinni qoplash maqsadida mamlakatimizda ham ichki turizm salohiyatidan maksimal darajada foydalanishga o'tildi. Bu borada turizm xizmatlari bozorida tadbirkorlik faoliyatini yana rivojlantirish va davlat tomonidan turli ko'rinishdagi imtiyozlar asosida qo'llab-quvvatlanishi ayni muddao bo'ldi.

Tahlil va natijalar

Ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish jarayonlari ekonometrik tahlilda yuqorida ko'rib chiqilgan ko'p omilli ishlab chiqarish funksiyalari va ulardan kelib chiqadigan funksiyalardan keng foydalanilishini hisobga olgan holda turistik faoliyatdan olinadigan daromadlar hajmini ko'p omilli bog'lanish asosida ishlab chiqarish funksiyasi ko'rinishidagi ekonometrik modellarini aniqlaymiz. Aniqlanadigan modellar makro darajada turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmiga ta'sir etuvchi omillarni boshqarish yo'nalishlarini aniqlash asosida o'rta va uzoq muddatli davr uchun maqsadli prognoz ko'rsatkichlarini aniqlash hamda ushbu ko'rsatkichlarni ta'minlash uchun zarur bo'lgan tadbirlarni belgilashga yordam beradi.

Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi o'zgarishini endogen omil sifatida olgan holda uning asosiy omil (resurs)lar ta'sirida o'zgarishi bo'yicha ko'p omilli tahlil amalga oshirildi. Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmini funksiyaning yuqori cho'qqisi, ya'ni natijaviy omil sifatida belgilab olgan holda, unga ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlarini O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligining

yetakchi ekspertlari ishtirokida o'tkazilgan ekspert tahlili asosida tanlangan quyidagi ko'rsatkichlar tanlandi (1-jadval):

X1 – turizm sohasida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat;

X2 – O'zbekistonga kirib kelayotgan turistlar soni;

X3 – turizm sohasiga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi;

X4 – turizm sohasidagi tadbirkorlik subyektlari soni;

X5 – aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromadlar hajmi.

Endogen omil va unga ta'sir etuvchi ekzogen omil ko'rsatkichlarining mohiyati ko'riladigan bo'lsa, ta'sir etuvchi omillar sifatida kapital, resurs hamda aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromadlar hajmi orqali muhim ta'sirga ega bo'lgan omillarni ifodalovchi omil ko'rsatkichlari asosida ishlab chiqarish modeli ko'rinishidagi modelga yaqin bo'lgan bog'lanishga ega bo'ladi. Ajratib olingan asosiy endogen va ekzogen omillarning bog'lanishi asosida turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmining o'zgarish trendlarini aniqlash maqsadida yuqoridagi vaqtli qator ko'rinishidagi ma'lumotlarni EViews10 dasturidan foydalangan holda tahlil qilindi.

1-jadval
Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi va uning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlari²

Yillar	Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi, mlrd. so'm (Y)	Turizm sohasida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat, mlrd. so'm (X ₁)	O'zbekistonga kirib kelayotgan turistlar soni, ming kishi (X ₂)	Turizm sohasiga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi, mlrd. so'm (X ₃)	Turizm sohasidagi tadbirkorlik subyektlari soni, dona (X ₄)	Aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromadlar hajmi, ming so'm (X ₅)
2011	341,6	3294,7	1394,0	13,8	332,0	2729,9
2012	567,9	3561,5	1595,0	21,0	358,0	3267,8
2013	1112,3	3793,4	1698,0	15,9	336,0	3902,7
2014	1052,0	4066,4	1862,0	18,7	343,0	4472,0
2015	1187,5	4219,5	1917,0	18,5	398,0	5127,5
2016	1252,5	4253,3	2070,0	35,2	433,0	5887,9
2017	1546,9	4631,8	2691,0	31,7	499,0	6681,4
2018	1041,1	5085,7	5346,0	44,9	983,0	7767,0
2019	1313,0	6169,0	6748,0	87,5	1158,0	9509,6
2020	255,8	1240,0	1504,0	101,7	1337,0	10737,3
2021	422,1	1680,2	1685,0	580,2	1483,0	13325,8
2022	803,3	4186,1	3900,0	275,5	1433,7	12554,7

Yuqoridagi jadvalda ajratib olingan natijaviy va ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlarining o'lchov birligi bir xil emasligi, ya'ni omil ko'rsatkichlarining bir jinsli emasligi sababli asosiy trend modelini chiziqli logarifmik bog'lanish ko'rinishida aniqlab olamiz. Buning uchun omil ko'rsatkichlarining barchasini natural logarifmik ko'rsatkichlarga keltirib olinadi (2-jadval).

EViews10 dasturiy paketidan foydalangan holda amalga oshirilgan regression tahlil jarayonida aniqlangan parametrlar hamda modelning ahamiyati dastur tomonidan hisoblangan asosiy baholash ko'rsatkichlari orqali baholangan. Regression tahlil natijalaridan ko'rilayotgan holat uchun regression modelning koeffitsiyentlarini ajratib olgan holda

2-jadval
Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi va uning o'zgarishiga ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlarining logarifmik qiymatlari³

t	LnY	LnX ₁	LnX ₂	LnX ₃	LnX ₄	LnX ₅
2011	5,83	8,10	7,24	2,62	5,81	7,91
2012	6,34	8,18	7,37	3,04	5,88	8,09
2013	7,01	8,24	7,44	2,77	5,82	8,27
2014	6,96	8,31	7,53	2,93	5,84	8,41
2015	7,08	8,35	7,56	2,92	5,99	8,54
2016	7,13	8,36	7,64	3,56	6,07	8,68
2017	7,34	8,44	7,90	3,46	6,21	8,81
2018	6,95	8,53	8,58	3,80	6,89	8,96
2019	7,18	8,73	8,82	4,47	7,05	9,16
2020	5,54	7,12	7,32	4,62	7,20	9,28
2021	6,05	8,26	7,43	6,36	7,30	9,50
2022	6,09	8,34	8,27	5,62	7,27	9,44

trendning chiziqli logarifmik modelini shakllantirib olinadi.

Aniqlangan ma'lumotlardan foydalangan holda turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi va unga ta'sir etuvchi omillar ta'sirida o'zgarishining ko'p omilli ekonometrik modeli tuzildi. Unga ko'ra ushbu jarayonni ifodalovchi

$$\text{LnY} = 0,333 \cdot \text{LnX}_1 + 0,695 \cdot \text{LnX}_2 - 0,101 \cdot \text{LnX}_3 - 1,742 \cdot \text{LnX}_4 + 1,793 \cdot \text{LnX}_5 - 5,548 \quad (1)$$

regressiya tenglamasi tuzildi.

Aniqlangan chiziqli logarifmik model potentsirlansa, turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmini ifodalovchi chiziqsiz ko'rinishdagi ekonometrik model kelib chiqadi:

$$Y_1 = ([X_1]^{0,333} \cdot [X_2]^{0,695} \cdot [X_3]^{-0,101} \cdot [X_4]^{-1,742} \cdot e^{5,548}) \quad (2)$$

Dasturiy paketdan foydalangan holda aniqlangan trend modellari asosida 2021-2026 yillarda turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi o'zgarishining istiqboldagi ko'rsatkichlari hamda ularni hisoblash uchun eng qulay modellar ro'yxati keltirildi (3-jadval).

3-jadval

Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi va unga ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlarining trend modellari hamda 2023-2025 yillar uchun prognoz ko'rsatkichlari⁴

Ko'rsatkichlar va ularning omilli modellari	Prognoz ko'rsatkichlari			
	2023	2024	2025	2026
Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi, mlrd so'm $y = X_1^{0.333} \cdot X_2^{0.695} \cdot X_3^{1.793} \cdot X_4^{0.101} \cdot X_5^{1.742} \cdot e^{5.548}$	819,7	836,2	852,6	873,8
Turizm sohasida yaratilgan yalpi qo'shgan qiymat, mlrd so'm $x_1 = 28.356 \cdot t + 3845.82$	4214,4	4242,8	4271,2	4299,5
O'zbekistonga kirib kelayotgan turistlar soni, ming kishi $x_2 = 218.03 \cdot t + 1283.655$	4118,0	4336,1	4554,1	4772,1
Turizm sohasiga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi, mlrd so'm $x_3 = 31.23 \cdot t - 99.275$	306,7	337,9	369,2	400,4
Turizm sohasidagi tadbirkorlik subyektlari soni, dona $x_4 = 122.891 \cdot t - 40.982$	1556,6	1679,5	1802,4	1925,3
Aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromadlar hajmi, ming so'm $x_5 = 980.2 \cdot t + 792.33$	13534,9	14515,1	15495,3	16475,5

Ko'p omilli ekonometrik modeldan foydalangan holda turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmining o'rta muddatda, ya'ni 2011-2026 yillarda o'zgarishi qiymatlarini grafikda ko'rinishi ifodalandi.

Yuqoridagi omilli bog'lanishlar asosida biz tomonimizdan turizm sohasining rivojlanishida eng muhim deb topilgan ko'rsatkichlarning natijaviy ko'rsatkichi hisoblangan turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmiga omillar ta'siri asosidagi rivojlanish ssenariysi ishlab chiqildi. Aniqlangan trendlardan foydalanish sohaga kiritilayotgan resurs hajmini to'g'ri taqsimlagan holda resurs birligidan olinadigan samarani optimallashtirish imkonini beradi.

Ko'p omilli bog'lanish asosida aniqlangan trend modellari kelgusi davrda soha faoliyati asosiy ko'rsatkichlarining tanlangan omillar ta'sirida ma'lum bir chegaradagi xatoliklarni hisobga olgan holda o'zgarishini oldindan prognozlash imkonini beradi. Tadqiqot jarayonida turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmining o'zgarishi ham 5 ta asosiy omil ta'sirida kelgusi davr uchun prognoz qiymatlarni aniqlashda qo'l keladi.

Eviews10 dasturiy paketidan foydalangan holda amalga oshirilgan regression tahlil jarayonida aniqlangan parametrlar hamda modelning ahamiyati dastur tomonidan hisoblangan asosiy baholash ko'rsatkichlari orqali baholangan (4-jadval).

4-jadval

Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi bo'yicha tanlangan omillarning bog'lanish xususiyatlari va tuzilgan omilli model sifatining asosiy ko'rsatkichlari⁵

Dependent Variable: Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi, LnY

Method: Least Squares
Date: 01/18/24 Time: 10:39
Sample: 2011 2022
Included observations: 12

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Turizm sohasida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat, LnX1	0.333386	0.439965	0.757757	0.4828
O'zbekistonga kirib kelayotgan turistlar soni, LnX2	0.694836	0.443088	1.568165	0.1776
Turizm sohasiga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi, LnX3	-0.101047	0.284080	-0.355700	0.7366
Turizm sohasidagi tadbirkorlik subyektlari soni, LnX4	-1.742421	0.602140	-2.893716	0.0340
Aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi real umumiy daromadlar hajmi, LnX5	1.793329	0.288544	6.215087	0.0016
Tasodifiy omillar umumiy ta'siri, e	-5.548462	4.068578	-1.363735	0.2308
R-squared	0.974332	Mean dependent var	6.673636	
Adjusted R-squared	0.948664	S.D. dependent var	0.619875	
S.E. of regression	0.140448	Akaike info criterion	-0.783507	
Sum squared resid	0.098628	Schwarz criterion	-0.568473	
Log likelihood	10.32029	Hannan-Quinn criter.	-0.922316	
F-statistic	37.95897	Durbin-Watson stat	2.118954	
Prob(F-statistic)	0.000558			

Dasturiy paket asosida amalga oshirilgan tahlil natijaviy omilning ta'sir etuvchi omillar bilan ko'plikdagi korrelyatsiyasi $r=0,9812$ ga, determinatsiya koeffitsiyenti $R^2=0,9743$ ga teng ekanligini ko'rsatmoqda. Bu esa ta'sir etuvchi omillar bilan natijaviy omilning yuqori zichlikda korrelyatsiyaga ega ekanligini va hisoblangan ko'rsatkichlar bilan real

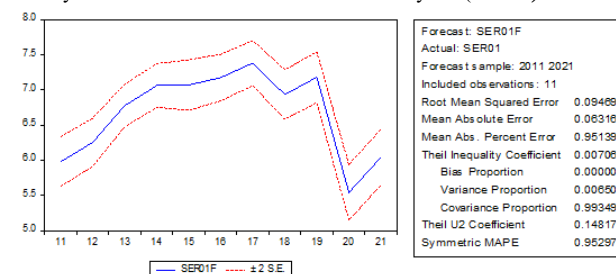
ko'rsatkichlar orasidagi farq sifatidagi qoldiqlarning ham zich bog'langanligini ko'rsatadi.

Jadvalda ko'rsatilgan ko'rsatkichlar qiymatidan foydalangan holda tuzilgan ekonometrik modelning ahamiyati va parametrlari sifati baholanadi. Aniqlangan modeldagi endogen omil uchun Fisher mezonini qiymati 37,96 ga teng bo'lib, uning ahamiyati 0,000558 ga teng. Bundan ko'rinib turibdiki, tuzilgan trend modelni ahamiyati jihatidan amaliyotda qo'llash mumkin.

Model sifati dasturiy paket vositasida Akiake axborot mezonini (-0,79), Shvarts mezonini (-0,57) va Xannan-Kuin mezonini (-0,92) orqali baholangan. Ushbu mezonlar qiymati ham trend modelini amaliyotda qo'llash imkonligini ko'rsatadi.

Tuzilgan ekonometrik modelda avtokorrelyatsiya yoki multikollenarlik mavjudligini aniqlash imkonini beruvchi Darbin-Uotson (DW) mezonini 2,12 ga teng bo'lib, optimal chegara 2,0 atrofida ekanligi hisobga olinsa, modelda avtokorrelyatsiya darajasi deyarli mavjud emasligini ko'rish mumkin.

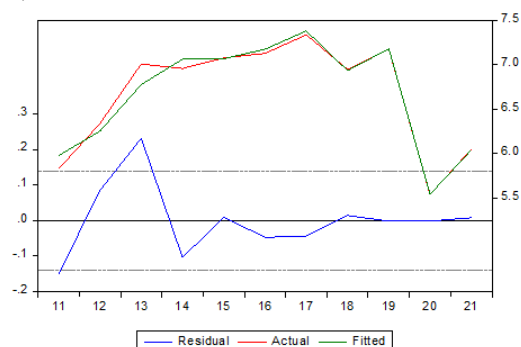
EViews10 dasturiy paketidan foydalangan holda turizm sohasining rivojlanishi uchun asosiy tayanch ko'rsatkich hisoblangan turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmining ± 2 statistik xatolik chegaralarida o'zgarishi trendini shakllantiramiz hamda ushbu trendning ahamiyatini ifodalovchi ko'rsatkichlarni baholaymiz (1-rasm).



1-rasm. **Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmining 2011-2021 yillardagi o'zgarishida sof foydalaning ± 2 statistik xatolik chegaralarida o'zgarishi⁶**

2-rasmda keltirilgan ko'rsatkichlar tuzilgan modelning ahamiyati hamda adekvatligini aks ettiradi. Jumladan, Teil notenglik koeffitsiyenti 0,007 ga, Teil U2 koeffitsiyenti 0,148 ga, Bias nisbati 0 ga, variatsiya nisbati 0,0065 ga, kovariatsiya nisbati 0,9935 ga hamda simmetrik MAPE 0,95 ga teng ekanligi tuzilgan modelning zaruriy oraliqlarda joylashganligini ko'rsatadi. Xususan, simmetrik MAPE uchun chegara 10 gacha ekanligi hisobga olinsa, taxminiylik xatoligi darajasi belgilangan chegaradan kichikligini ko'rish mumkin, ya'ni MAPE: $0,95 < 10$.

Yuqoridagilar bilan birga turizm sohasining rivojlanishida eng muhim deb topilgan turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmining omillar ta'sirida o'zgarish modelini baholashda qoldiq, haqiqiy va tuzilgan model qiymatlari grafigidan ham foydalanish maqsadga muvofiq (2-rasm).



2-rasm. **Turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmining qoldiq, haqiqiy va tuzilgan model qiymatlari grafigi⁷**

2-rasmda berilgan grafikda qoldiq model asosida hisoblangan va haqiqiy qiymatlarning qoldiq ko'rsatkichlari o'rtasidagi tebranish darajasi yuqori bo'lsa-da, haqiqiy ko'rsatkichlar va tuzilgan model asosida hisoblangan ko'rsatkichlar grafigi o'rtasidagi farq darajasi sezilarisiz ekanligini ko'rish mumkin [8].

Yuqoridagi tahliliy ma'lumotlar hamda ko'rsatkichlar qiymatlarini baholash asosida turizm sohasining rivojlanishida eng muhim deb topilgan turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi va unga omillar

ta'sirini hisobga olgan quyidagi trend modelini turizm sohasini kelgusi davrda rivojlantirish strategiyalari asosida ssenariylar ishlab chiqish jarayonida qo'llash mumkin.

Eviews 10 dasturi asosida ishlab chiqilgan model va prognoz ko'rsatkichlar turizm sohasini, jumladan sohada tadbirkorlik subyektlari faoliyatini kelgusi qisqa va o'rta muddatlar oralig'ida rivojlantirish rejalarini va strategiyalarini ishlab chiqish yo'nalishida muqobil ssenariylarni shakllantirishga asos bo'lib xizmat qiladi. Sohada tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi subyektlar ushbu ishlab chiqilgan modelda foydalanilgan natijaviy omil va uning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omil ko'rsatkichlaridan o'zlarining reja va dasturlarini shakllantirishda foydalanilsa, prognozlashning belgilangan mezonlari asosida tekshirish natijalariga asoslanib yuqori samara berishi aniqlandi.

Tuzilgan trend modellaridan foydalanishda turizm xizmatlari bozorida faoliyat olib borayotgan turistik korxonalarda tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish nuqtai nazaridan kiritilayotgan resurslar (ekzogen omillar) hajmini har bir birlik qo'shimcha kiritilayotgan resurs birligidan olinadigan samarani hisobga olgan holda belgilash ko'rsatilayotgan turizm sohasidan olinadigan daromadlar hajmi samaradorligini optimal ta'minlash imkonini beradi hamda turistik korxonalar faoliyatining muvozanatlashgan holda barqaror rivojlanishini ta'minlaydi.

Bugungi kungacha olib borilgan tadqiqotlarda turistik korxonalar faoliyati integratsiyasi umumiy holda o'rganilgan bo'lib, pandemiya sharoitidagi kirish turizmi ko'rsatkichlarining keskin pasayishi ichki turizm faoliyatini rivojlantirishda ham klasterli integratsion tuzilmalar samarali faoliyat olib borishi mumkinligini ko'rsatdi [9].

Turizm sohasidagi klasterli yondashuv bo'yicha integratsiya jarayonlarining o'ziga xos jihatlari hisobga olgan holda turistik klasterlarning shakllanishi va faoliyat ko'rsatishi quyidagi tamoyillar asosida olib borilishi maqsadga muvofiq:

1. Mustaqillik tamoyili – bu turistik korxonalar o'z faoliyati davomida ma'lum darajada erkinligini saqlab qolishi, umumiy faoliyatdagi bir qator masalalarni hal qilishni klaster boshqaruvi darajasiga o'tkazishdan iborat.

2. Raqobat tamoyili – o'z faoliyatini amalga oshirishda turistik klaster tarkibiga kirgan korxonalar o'zaro hamkorligiga qaramay, ham klaster ichida, ham klaster tashqarisida (hattoki xalqaro darajada) sohaning turdosh korxonalari bilan raqobatlashishini nazarda tutadi.

3. Klaster tarkibiga kirish va chiqish erkinligi tamoyili – bu turizm sohasidagi har qanday korxona, klaster doirasida belgilangan muayyan qoidalarga rioya qilgan holda, o'z tashabbusi bilan faoliyat hajmi, aylanmasi, ishchilar soni va boshqa ko'rsatkichlardan qat'i nazar, klasterga kirishi va chiqishi mumkinligini ta'minlaydi.

4. Kollektiv va individual javobgarlik tamoyili – ma'lum erkinliklar va imkoniyatlar mavjud bo'lganda, jamoaviy majburiyatlarning bir qismini o'z zimmasiga olish va turistik klasterdagi huquqiy, tijorat, maqom va boshqa mustaqillikni saqlab, ularning harakat erkinligini ma'lum darajada cheklash.

5. Klaster a'zosi bo'lgan korxona klasterning umumiy mulkiga bo'lgan huquqlarga ega bo'lishi va undan foydalanishi mumkinligiga asoslangan umumiy, mutanosib va xususiy mulkchilik tamoyili – klasterda mavjud obyektlarning mutanosib qismiga, shuningdek o'z xususiy mulkiga egalik qilish huquqini ta'minlaydi.

6. Ichki korporativ standartlar, litsenziyalash, standartlashtirish va sertifikatlash, faoliyat sohasida o'zini o'zi boshqarish, fuqarolik va boshqa javobgarlikni sug'urtalash va boshqalar yordamida erishilgan biznes risklarini minimallashtirish tamoyili.

References:

1. Сайфутдинов Ш.С. Ўзбекистонда туризм соҳасини барқарор ривожлантириш стратегияси. Иқтисодий фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. - Тошкент.: 2022. -14-16-бетлар.
2. И.В.Зорин, В.А.Квартальнов. Экономика туризма. - М; Ф и С, 2004. - 35 с.
3. Тишуков Ю.В. Потребитель на рынке туристических услуг. –Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. - 4 с.
4. Биржаков М.Б. Туристические услуги, работы, товары. –Москва–Санкт-Петербург: Издательство «Невский фонд» – «Издательский дом Герда», 2003. С.108.
5. Быстров С.А., Воронцова М.Г. Туризм: Макроэкономика и Микроэкономика. –Москва–Санкт-Петербург: «Издательский дом Герда», 2008. С.74.
6. Ильина Е.Н. Деятельность туристских агентств: туристский рынок и предпринимательство. –Москва: «Советский спорт», 2004 . С.4.
7. Батуева, Т. Б. Развитие экономики региона на основе кластерного подхода / Т. Б. Батуева // Вестник РАНХиГС при Президенте РФ. – 2010. – № 2. – С. 1-6.

7. Turizm klasteri barcha ishtirokchilarining turli xil ma'lumotlarga, yangi g'oyalarga, bilimlarga, innovatsion texnologiyalar va jarayonlarga, innovatsion va boshqa infratuzilmalarga teng kirishini ta'minlashdan iborat bo'lgan axborot, yangiliklar va bilimlarning mavjudligi tamoyili.

8. Moddiy-texnik, innovatsion va infratuzilma bazasining umumiyliigi tamoyili. Turizm klasteriga kiruvchi korxonalar mavjud moddiy va innovatsion resurslardan foydalanadilar, shuningdek har bir alohida turizm korxonasi faoliyatining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda ularni teng ulushlarda yangilaydilar va to'ldiradilar.

Klaster yondashuvini qo'llash natijasida turistik mahsulotlar va xizmatlarni shakllantirish, targ'ib qilish va sotish bilan shug'ullanadigan cheklangan turistik hududlar korxonalarini, shuningdek turizm biznesi bilan bog'liq faoliyatni muvofiqlashtirish mumkin. Turistik hududlarni tahlil qilish va baholash har bir turistik klasterning o'ziga xos xususiyatlarini aniqlashga, turistik va boshqa xizmatlarning turini tanlashga, turizmni rivojlantirish choralari belgilashga, ularni yagona klaster zonalariga birlashtirishga imkon beradi.

Tashkil etiladigan hududiy klasterlar raqobatga uch xil ta'sir ko'rsatadi: klasterlarga kiritilgan tashkilotlar va tarmoqlarning samaradorligini oshiradi, klaster a'zolarining innovatsiya va keyinchalik mehnat unumdorligini oshirish qobiliyatini oshiradi, innovatsiya va innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlaydigan va klaster maydonini kengaytiradigan tadbirkorlik faoliyatining yangi turlarini rag'batlantiradi. Turizm klasterida shakllangan raqobat muhiti klasterga kiruvchi turistik korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga va mintaqaning yanada iqtisodiy o'sishi va rivojlanishiga yordam beradi [7].

Xulosa

Tadqiqot jarayonida ichki turizm klasterini innovatsion faoliyatga asoslangan tashkiliy tuzilma sifatida o'rganilgan bo'lsa-da, ushbu tuzilmaning tarkibiy tuzilishini tizimli tahlil asosida o'rganish orqali boshqaruv nuqtai nazaridan uning optimal tarkibiy tuzilishini shakllantirishga harakat qilindi. Bunda ichki turizm klasterining tarkibi alohida faoliyat yo'nalishlari bo'yicha korxonalarni o'z ichiga oluvchi, bir-birini to'ldiruvchi 5 ta majmuaga ajratildi.

Taklif etilayotgan ichki turizm klasterining tarkibiy tuzilishi boshqaruv nuqtai nazaridan alohida faoliyat yo'nalishlarini o'zida birlashtiruvchi va bir-birini to'ldiruvchi quyidagi 5 ta majmuadan iborat holda shakllanishi maqsadga muvofiq:

1. Xizmat ko'rsatish va tizimni shakllantirish majmuasi. Ushbu majmua klasterni shakllantirish va uning asosiy faoliyat yo'nalishlarini muvofiqlashtirish bilan shug'ullanuvchi boshqaruv tuzilmalarini o'z ichiga oladi.

2. Professional uyushmalar, ichki turizm xizmatlarini ko'rsatadigan ixtisoslashgan korxonalarni o'z ichiga oluvchi klaster yadrosi.

3. Asosiy faoliyatga zaruriy resurs va mahsulotlarni ishlab chiqaruvchi ishlab chiqarish majmuasi.

4. Ijtimoiy va xizmat ko'rsatish majmuasi.

5. Tabiiy sharoitlar va resurslarni o'z ichiga oluvchi majmua.

Shunday qilib, ichki turizm klasterini shakllantirishning uch xil tabiati va tuzilishini hisobga olgan holda, turistik klasterlarning mavjudligi innovatsion komponentsiz mumkin emas deb ta'kidlash mumkin. Innovatsion, xizmat ko'rsatish va ishlab chiqarish tarmoqlarini birlashtirish va muvofiqlashtirish turistik mahsulotlar va xizmatlar narxini pasaytirish, ularning sifati va xavfsizligini oshirishda ichki turizm faoliyatida tashkil etiladigan turistik klasterni yaratishning eng muhim ustunligi va asosiy maqsadga erishish imkonini beradi.

8. Mirzaev A.T. Evaluation of innovation capacity resource components in effective management of recreational clusters on the basis of econometric analysis. EPRA International Journal of Research and Development (IJRD), India. Volume: 5 Issue: 7 July 2020. –P.131-137. DOI: <https://doi.org/10.36713/epra4790>
9. Мирзаев А.Т. Совершенствование системы электронного бронирования как часть цифрования управленческой деятельности туристско-рекреационных предприятий. Бюллетень науки и практики. Нижневартовск, Россия. Т. 6. №8. 2020. – 99-104 б. DOI: <https://doi.org/10.33619/2414-2948/57>
10. Мирзаев А.Т. Ўзбекистонда туристик-рекреация корхоналари фаолиятини бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш. Ишлаб чиқаришни кластер усулида ташкил этишнинг зарурияти. Бизнес-Daily медиа. -2020, №1. -62-65-б.
11. Мирзаев А.Т. Ўзбекистонда туристик-рекреация хизматларини бошқариш жараёнига омиллар таъсирини баҳолаш. Хитойда саноатлашувни жадаллаштиришда кластерлаш модели хусусиятлари. Бизнес-Daily медиа. -2020, №6. -57-61-б.
12. Мирзаев А.Т. Туристтик-рекреация кластерларини бошқаришда инновацион салоҳиятнинг ресурс компонентини баҳолаш услубиёти // Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. -2020, №4. 4/2020 (№ 00048). 390–401 б. <http://iqtisodiyot.tsue.uz>
13. Мирзаев А.Т. Туристтик-рекреация хизматлар бозорида бошқарув тизимини ривожлантириш истикболлари// Иқтисодиёт ва таълим. - 2020, №4. 247-252-б.
14. Мирзаев А.Т. Рекреацион – туризм кластерларини яратиш ёхуд улар орқали ҳудудларда сайёҳлик тизимини ривожлантириш истикболлари // Бизнес-эксперт. Фонд бозорлари фаолияти самараси ва унга тижорат банклари фаолияти таъсири. Бизнес-Daily медиа. -2017, №12. -21-24-б.
15. Мирзаев А.Т. Туристтик-рекреация объектлари кластерларини шакллантириш механизмларини баҳолаш // Иқтисодиёт ва таълим. - 2018, №6. -207-213-б...