

Н.Н. САФАРОВА



ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ



**САФАРОВА НИЛУФАР
НЕЪМАТИЛЛАЕВНА**

**ТУРИЗМ
РИВОЖЛАНИШИНИНГ
ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ
АСОСЛАРИ**

«IFMR» нашриёти
Тошкент – 2017

7581

ББК: 65.433

УДК: 338.48

С 46.217

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

Тақризчилар: иқтисод фанлари доктори, проф.
Олимжонов Одил Олимович,
иқтисод фанлари доктори
Назаров Шарофиддин Ҳакимович

Илмий муҳаррир: Нарзикулов М.П.

Мазкур монография Ўзбекистон Республикасида 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 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

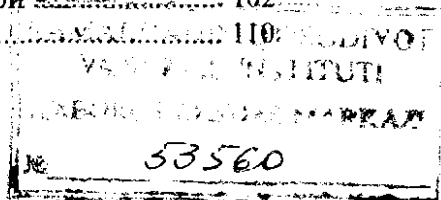
КИРИШ	5
-------------	---

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

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

II БОБ. ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШНИ ПРОГНОЗЛАШТИРИШНИНГ УСЛУБИЙ МАСАЛАЛАРИ

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



III БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ	
РИВОЖЛАНИШИНING ЗАМОНАВИЙ ҲОЛАТИ	
3.1. Республика ва унинг минтақаларида туризм	
ривожланишининг динамикаси ва муаммолари	112
3.2. Макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш	
шароитида туризмнинг иқтисодий ўсишга таъсири	
хусусиятлари	126
3.3. Халқаро туризм ривожланишининг макро-	
иқтисодий ва ижтимоий-маданий омиллари	135
III боб бўйича хулосалар	152
 IV БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИ-	
ШИНING ЎРТА ВА УЗОҚ МУДДАТЛИ ИСТИҚБОЛЛАРИ	
4.1. Ўрта ва узоқ муддатли истиқболда туризм	
ривожланишининг прогнозлари	154
4.2. Ўзбекистонда туризм барқарор ривожланишини	
таъминлашнинг институционал асосларини	
такомиллаштириш	159
4.3. Туризм рақобатбардошлигини оширишга	
йўналтирилган чора-тадбирлар	167
IV боб бўйича хулосалар	175
 МОНОГРАФИЯ БЎЙИЧА ХУЛОСАЛАР	
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 иқлими бетакрор гўзал табиати, бой тарихий-археологик мероси, юксак маънавий қадриятлари, анъаналари, миллий ҳунармандчилик жозибаси, халқининг ўзига хос илғор ҳислат ва фазилатлари республикамиз дунёнинг туризм марказларидан бирига айланиши учун старли салоҳиятга эга эканлиги жаҳон ҳамжамияти экспертлари томонидан кенг эътироф этилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Биринчи Президенти Ислом 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 эгаллаган¹.

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 мустаҳкам 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 мустаҳкамлашга, Ўзбекистонни ташвиқ этишга муҳим ҳисса қўшиши шубҳасиз деган хулосага келинган туризм соҳасидаги мавжуд ички имкониятлардан самарали фойдаланиш, унинг

¹ World Travel & Tourism Council. (2016). Travel and tourism impact 2016: Uzbekistan. 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 кўндаланг 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, кiritиш 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 БАРҚАРОР 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 — иқтисодийётнинг 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 бермайди¹. 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-

¹ 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 қўлами тўғрисида аниқ тушунчага эга бўлиш орқали унинг таъсирини тўғри ва оқилона баҳолаш ва уни бошқа тармоқларнинг таъсири билан солиштиришни талаб этади¹.

Туризмнинг серқирра таъсирини ўрганишга оид тўпланган билим ва тажрибанинг таҳлили режалаштиришда фақат маркетинг ва туризм хизматларигагина эътибор қаратилиши қониқарсиз ёндашув эканини кўрсатади.² 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.³

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.

¹ Productivity Commission. (2005). Assistance to tourism: Preliminary estimates. Canberra: Productivity Commission

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

³ 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 тизимдир¹. Ганнинг замондоши Нейл Лейпер мазкур таърифда йўл қўйилган иккита нуқсонга эътибор қаратиб: «Ганнинг таърифида аниқ кўрсатилган туризм sanoati ҳамда беш элементнинг атроф-муҳит билан алоқадорлиги етишмайди» деб ёзади.²

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, sanoat elementi 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 фарқланишини кўрсатади:

1. Туризмнинг келиб чиқиш ёки манба ҳудуди, бошқача изоҳлаганда саёҳат бошланадиган ва якунланадиган манзил.

2. Туристтик дестинация³ 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 sanoati элементларига маркетинг, меҳмонхона, транспорт, алоқа, тиббиёт, ресторанлар, аттракционлар каби туристларнинг эҳтиёжлари ва талабларини қондиришга хизмат қилишга ихтисослашган, мулкый ва ҳуқуқий-ташкилий шакли турлича бўлган юридик ва жис-

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

² 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.

³ Дестинация — туристлар таъриф буюрувчи географик ҳудудни англатади.

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»¹ 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.^{2,3}

Лейпер ўз тадқиқотларидаги ғояларни умумлаштириб, туризм тизимига «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-

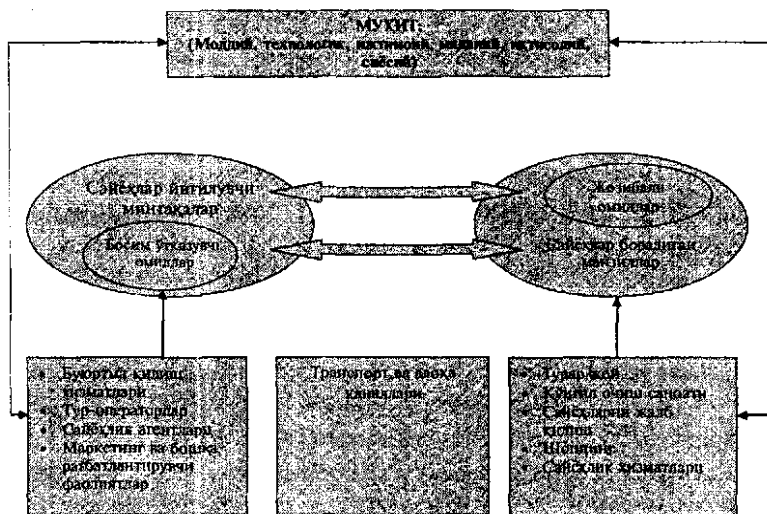
¹ Hall, C., M. & Page, S., J. (2010). The contribution of Neil Leiper to Tourism Studies. *Current Issues in Tourism*, 13(4), pp. 299-309.

² 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.

³ 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»^{1,2}. 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

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

² 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. Такомиллашган таърифга асосан, туризм тизими — дестинация, талаб, маркетинг стратегиясининг режалаштирилиши ва турист хулқ-атворидан ташкил топган. Ушбу ёндашув С.Купер ва С.М Халл¹, А. Холден² 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 мустақамланиши, 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 ораллигида маҳсулот ва хизматларнинг бири бири билан узвий боғланган ҳолда қамраб олиншини 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.³ Ушбу фикр собиқ со-

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

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

³ Саидов А.Ф. Организационно-экономические основы развития и управления туризмом: дис. д-ро экон. наук: 05.03.10/ Саидов А.звар Фатхуллаевич. — 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 тақдмоти ва маркетинги билан шуғулланувчи ташкилотлар кирази. 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 юритади².

Ташириф 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.

² 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 тутати;

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.

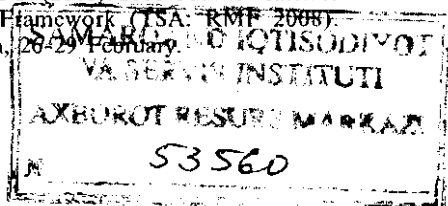
Туризмни ташриф буюрувчилар хусусиятларига асосан ҳам туркумлаш мумкин. Халқаро стандартларга асосан ташриф буюрувчилар икки тоифага ажратилади: тунаб қолувчи (24 соатдан ортиқ қолувчи) ташриф буюрувчи — турист деб юритилса, бир кунлик (24 соатдан кам қолувчи) саёҳатга чиққан ташриф буюрувчи — экскурсионист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

лик мақомига кўра маҳаллий ва хорижий туристларга бўлинади¹.

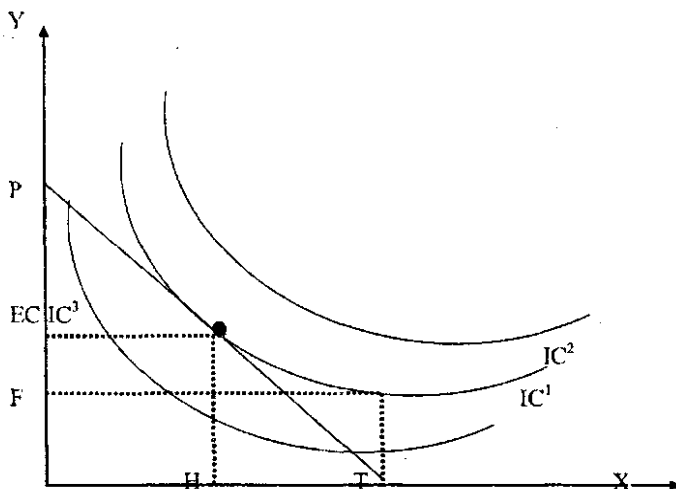
Бундан ташқари, ташиф буюрувчиларни ижтимоий-иқтисодий (ёш, жинс, таълим даражаси, иш билан бандлик, фаолият тури, саёҳатнинг таркиби, ташкил этилиши), саёҳат хусусиятлари (саёҳат амалга ошувчи йил фасли, дестинациягача масофа ёки узоқлик даражаси, фойдаланиладиган транспорт турлари), харажатлар тури (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 ташиф 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 тўпламга тегишли товарларнинг нисбий нархи ўзгармас сонга тенг бўлса, бу товарлар тўпламига битта товар сифатида қараш мумкин. Бошқача қилиб айтганда, турли товарларни баҳо параллель ҳаракатланадиган тўпламларга бириштириш мумкин. Хикс-Леонтьевнинг жамланма товар теоремаси ҳамда рационал танлов фаразларига асосланиб, барча маҳсулот ва

¹ UNSD, EUROSTAT, OECD and UNWTO. (2008). 2008 Tourism Satellite Account Recommended Methodological Framework (TSA: RMP 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 олинадиган нуқталар тўплами бефарқлик чизикларини ҳосил қилади. Қуйидаги 1.2.-расмда IC_1 , IC_2 ва IC_3 бефарқлик эгри чизиклари келтирилган.



1.2.-расм. Истеъмолчининг бефарқлик 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 бефарқлик эгри чизиклари унинг бюджет чизиги (бюджет чекланганлиги) билан чегараланган 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 мумкин¹. Ана шундай хулосаларни эътиборга олган тадқиқотчилар, туризм маҳсулоти ва хизматлари баҳосининг ўзгариши истеъмолчининг бюджет чизигига бевосита таъсир қилади деган фикрга келади². Тадқиқотларнинг кўрсатишича, бефарқлик эгри чизигининг бюджет чизигига урилиб ўтган нуқтасида нафлиликнинг энг юқори даражасига эришилади. Бу эса бефарқлик чизиги истеъмолчининг истеъмол қарорини амалга оширишда бирламчи аҳамиятга эга деган маънони англатади³.

Демак, истеъмолчининг даромади туризм талабини белгиловчи энг муҳим омил ҳисобланади⁴. 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 ихтисослашуви Адам Смитнинг «*Мутлақ устунлик назарияси*» билан асосланиб, «ноёб туристик ресурсларга эгаллиги туфайли

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

² Maankiw, G., N., & Taylor, M., P. (2006). *Economics*. London, UK: Thomson Learning.

³ 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.

⁴ 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 таъкидланади¹. Бундай дестинацияларда баҳо эластиклиги нисбатан паст бўлади. Зеро, Миср эҳромлари, Ниагара шаршараси, Эйфель минораси, Тоҷмаҳал, Самарқанд Регистони каби бутун дунё халқлари эътироф этган ноёб туристик ресурслардан баҳра олишни истовчи туристлар қарорида баҳо муҳим омил бўлса-да, бирламчи ролга эга эмас.

Туризм талаби омилларини аниқлаш борасида, Хекшер ва Олиннинг «*Омиллар нисбати назарияси*»² ҳамда «*Линдер назарияси*»нинг ҳам аҳамияти юқори бўлганини эътироф этиш лозим³. «Линдер назарияси», «даромад ўхшашлиги модели» ёки «талаб назарияси» номлари билан танилган мазкур гипотезага қўра, давлатларда жон бошига тўғри келадиган даромад ва талаб таркиби қанчалик ўхшаш бўлса, улар орасидаги савдо оқими шунчалик катта бўлади⁴. Чиндан ҳам, товар ва хизматларни айирбошлаш асосан талаб таркиби ўхшаш бўлган мамлакатлар орасида рўй беради. Масалан, Европада асосий туристик айирбошлаш қўшни давлатлар орасида юзага келади⁵, 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.

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

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

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

⁴ Linder S. (1961). An essay on trade and transformation. Almqvist & Wiksells, Stockholm.

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

Бундай тадбирлар нафақат халқаро туризм асосларини, балки, унинг интенсивлигини 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 истеъмолчи хулқи назариясининг тадбиқ этилиши билан туризм ривожланишини белгилловчи кўплаб омиллар аниқланди. Энг кўп фойдаланиладиган умумий детерминантларга¹ — туристнинг чиқиш давлати даромади, дестинациядаги нарх ва муқобил дестинациялардаги баҳолар даражаси киради². Булардан ташқари, Халқаро валюта фондининг ривожланаётган давлатлар бўйича мутахассиси А. Кулиук ўз тадқиқотида 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 очиклик (виза режимларининг соддадаштирилиши) каби омилларнинг туризм оқимларига таъсири даражасини баҳолаган ва эътиборга лойиқ хулосаларни илгари сурган³.

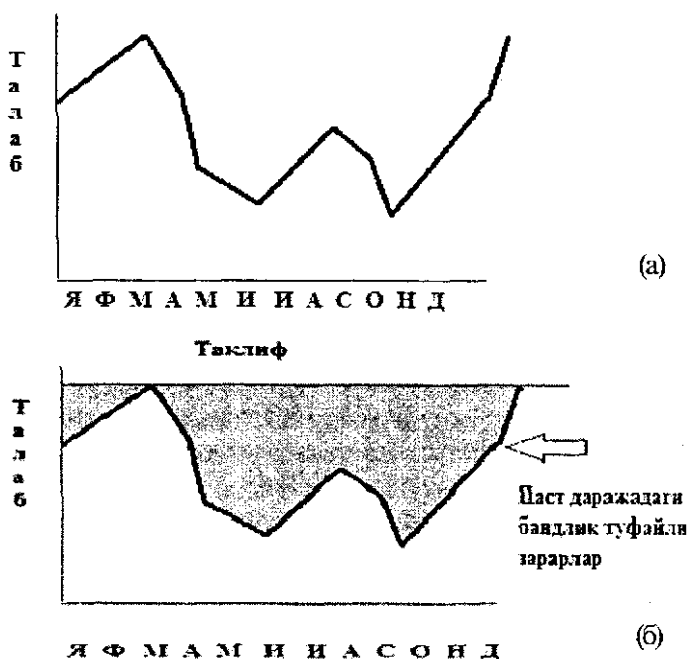
Туризм тизимининг тадқиқотчилар эътиборини ўзига тортиб келувчи яна бир муҳим хусусияти - мавсумийлик-

¹ Детерминант — аниқловчи, ҳал этувчи омил.

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

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

дир¹. Туризм талабидаги мавсумийликни миқдоран ўлчан катта амалий аҳамият касб этади². Туризм талаби ва таклифига мавсумийлик таъсирининг турли ҳолатлари 1.3.-расмда яққол кўринади. Расмнинг а ҳолатида муайян дестинация учун йиллик талаб даражаси кўрсатилган, дейлик. Расмдаги б, 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 куйи мавсумларда бандлик ва самарадорлик даражаси ҳам пасайиб кетади.



¹ Мавсумийлик — турли мавсумларда туризм хизматларига бўлган талаб ҳажмининг кескин ўзгариши.

² 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. Туристтик 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 мавсумдигига 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» асаридан¹ 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 олиниши¹ ҳамда 1992 йилда ўтказилган Рио саммитида барқарор ривожланишнинг жаҳон миқёсидаги институционал асослари барпо этилиши² билан туризм барқарор ривожланишини таъминлаш учун ЮНВТО ва бошқа нуфузли халқаро ва миллий ташкилотлар иштирокида услубий тавсиялар ишлаб чиқилишига эътибор кучайди.

1990 йилларнинг бошларидан, туризм ривожланишининг ижобий томонлари билан бир қаторда салбий оқибатларига эътибор қаратган олимлар барқарор туризм тушунчасини расман қўллай бошладилар^{3,4,5}. 1993 йилда халқаро «Барқарор туризм журнали»нинг таъсис этилиши, ушбу концепциянинг кейинги ривожиди 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 мумкин⁶. 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.

¹ World Commission on Environment and Development. (1987). Our Common Future. Oxford University Press, Oxford, UK.

² 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.

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

⁴ Inskeep, E. (1991). Tourism planning: an integrated and sustainable development approach. Van Nostrand Reinhold.

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

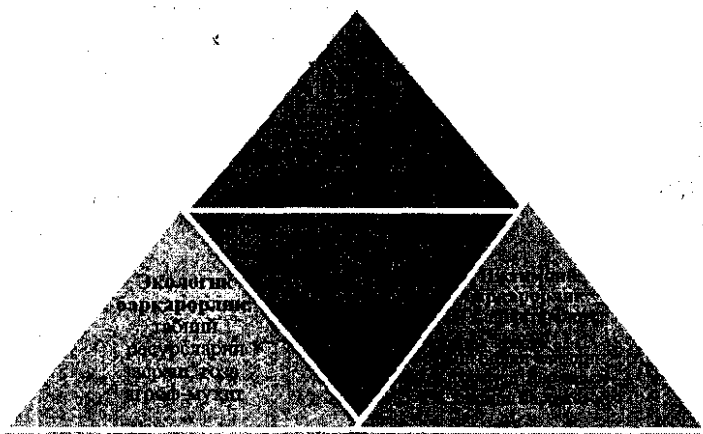
⁶ Advisory Commission for Tourism (Beratende Kommission für Fremdenverkehr des Bundesrates)(1979). Das schweizerische Tourismuskonzept, Grundlagen für die die Tourismuspolitik, Bern.

Барқарорлик таъминлари 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 бозорида ўзининг муносиб ўрнини топиш мақсадида узоқ муддатга мўлжалланган туризмни ривожлантириш миллий дастурларини ишлаб чиқишди ва қабул қилишди. Мазкур дастурларнинг юқори самарадорлигига амин бўлган Африканинг Мозамбик, Жанубий Африка Республикаси каби давлатлари ҳам кейинчалик ўз миллий дастурларини яратишди.

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 қўллай 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 киришдилар. 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 таъкидлайди¹. Барқарор туризм бир вақтнинг ўзida экологик, ижтимоий ҳамда иқтисодий барқарорлик талабларига жавоб бериши шарт² 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.³

Барқарор туризм узлуксизлик, сифат ва мувозанатдан ташкил топган уч элементни бирлаштиради⁴. Узлуксизлик табиий ресурслар, маданият ва миллий анъаналарнинг доимийлиги, сифат — атроф-муҳитга эътибор, мувозанат эса талаб ва таклиф мутаносиблигида акс этади. Иқтисодий ва

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

² 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.

³ Муаллиф ишланмаси.

⁴ 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 қўламини оширади¹.

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^{2, 3}. 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 бўлади⁴ деб ҳисоблаган олимларнинг диққат марказида туристлар хоҳиш-истакларини ўрганиш ва миқдорининг ўсиши масаласи кўндаланг бўлиб тураверди. Туризмнинг атроф-муҳитга ва туристларни қабул

¹ 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

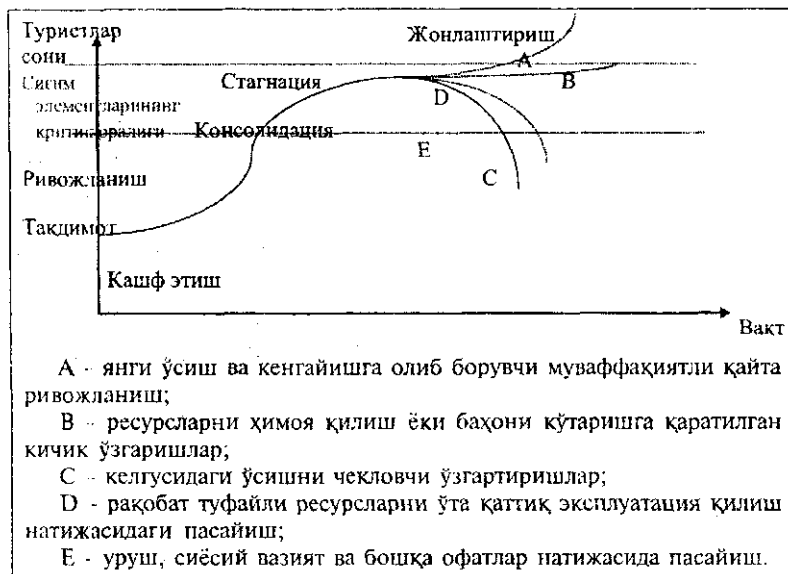
² Coenen, L., Truffer, B. (2012). Places and Spaces of Sustainability Transitions: Geographical Contributions to an Emerging Research and Policy Field. European Planning Studies, Vol. 20, No 3, pp.367-374.

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

⁴ Strcimikenc, 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 Марекс каби ғарб олимларнинг ишларида кузатилади. Туризм ривожланиши табиатини тадқиқ этиш ва эволюциясини даврлаштиришнинг чуқур илмий-назарий асослари шаклланишида Р.В.Батлернинг «Туристик дестинация ҳаёт цикли модели»¹ алоҳида ўрин эгаллашини қайд этиш лозим. «Туристик дестинация ҳаёт цикли» моделида, Батлер ихтиёрий бир ҳудуд бир неча босқичдан сўнг маълум омиллар таъсирида туристик дестинацияга айланишини изоҳлаб беради.



1.5.-расм. «Туристик дестинация ҳаёт цикли» модели

¹ 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 юзга кела бошлайди. Ушбу моделнинг асосий ғояси шуки, оқилona 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 «жозибадор жой» каби тўртта муҳим элементни алоҳида ўрганиб чиқди ҳамда бу элементлар мустақил ривожланади ва умумий натижа беради деган хулосага келди¹. 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 давраштиришда 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

¹ 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 ургу беради¹.

Ўз навбатида, Лоп ва Мареки туризм ривожланиши жараёнини соддалаштирилган ҳолда қуйидаги босқичларга ажратишни таклиф қилди²:

- а) туристлар сони мунтазам ошиб боровчи 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

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

² 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 бо-риши билан бундай таъсирларни бартараф этиш ёки қис-қартириш долзарб муаммога айланиб борди. Натижада, дес-тинация ривожланишини тарғиб этишда туризмнинг миқ-дорий кўрсаткичлари (туристлар сони, тунаш кечалари, ту-шумлари кабилар) билан сифат кўрсаткичлари (атроф-му-ҳитга ва жамиятга таъсири)нинг ҳам аҳамияти ортаверди. Дастлаб, туризм ривожланишининг «мезбон жамоатчилик-ка йўналтирилган», сўнгра эса, «интеграциялашган» ёки «барқарор туризм» ёндашувлари шаклланди.

Амалий жиҳатдан барқарор туризм тушунчасини аниқ-лаш ва ўлчаш кўп мезонли машаққатли вазифа эканлигини тасаввур қилиш қийин эмас. Бундай кенг қамровли маса-лани ўрганишда, туризмнинг «ўсиш чегаралари» баҳслари ва салбий оқибатларига жавобан вужудга келган дестина-циянинг «қабул қилиш имконияти» концепциясидан фой-даланиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Мазкур кон-цепциянинг шаклланишида ўрмончилик ҳақидаги фанлар-да ўрганиладиган «рекреация географияси» тарафдорлари-нинг ўрни беқиёсдир^{1,2}. Улар барча ҳудудларнинг экотизи-мига зарар етказилмайдиган мақбул сифими мавжуд деган ғояни илгари суриш орқали *туристик манзилларнинг қабул қилиш имконияти* тушунчасига асос солди.

Дестинациянинг «қабул қилиш имконияти» — муаъян дес-тинацияда жойлаштирилиши мумкин бўлган туристлар сони-нинг юқори чегаравий қийматидир. Бир қатор тадқиқотларда ушбу концепция дестинация аҳолиси туризмнинг салбий таъ-сирини сезгунга қадар кенгайтишининг максимал сифими деб

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

² 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, дейилади¹. Адабиётда дестинациянинг иқтисодий, ижтимоий, экологик, жисмоний ва реал «қабул қилиш имконияти» каби турлари фарқланади².

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 умумэтироф 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 оммавийлашди³. 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-

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

² 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.

³ 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 кучайтириш 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.¹ Талаб омиллари туристнинг саёҳатга тегишли қарорини белгиласа, таклиф омиллари уни муайян дестинацияга қорлайди.

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 асосланган². Бугунга қадар, туризм дестинацияси рақобатбардошлиги доирасида шаклланган ёндашувлардан учтаси ихтиёрий дестинация учун ўринли, деб эътироф этилган³. 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 на шарт-

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

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

³ 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 таъкидлайди¹.

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 тутди.

1.2.-жадвал

Туризм барқарорлиги ва рақобатбардошлиги концепциялари²

Туризм барқарорлиги		Туризм рақобатбардошлиги	
Таъриф	Муаллиф	Таъриф	Муаллиф
дестинациянинг рақобат давомида жисмоний, ижтимоий, маданий ва табиий ресурсларининг сифатини сақлай олиш қобилияти	Гоэлдер ва Ритчи ³	дестинациянинг туристик хизматларнинг қўшилган қийматини яратиш ва ресурс базасини сақлай олиши билан рақобатчиларга нисбатан устун ўринни эгаллаш ва сақлаш қобилиятидир	Ҳассан ⁴
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 англатиб, у туризмга хос омиллар билан биргаликда туризм хизмат-	Энрайт ва Ньютон ⁵

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

² Муаллиф ишланмаси.

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

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

⁵ 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) ¹	туризм саноатининг турли таркибий қисмлари самарадорлиги ва дестинация жозибадорлигига таъсир қилувчи сифат омиллари билан нархлардаги тафовутларни валюта курслари тебранишларини эътиборга олган ҳолда қамраб олган умумлаштирувчи тушунчадир	Двайер ва Ким ²

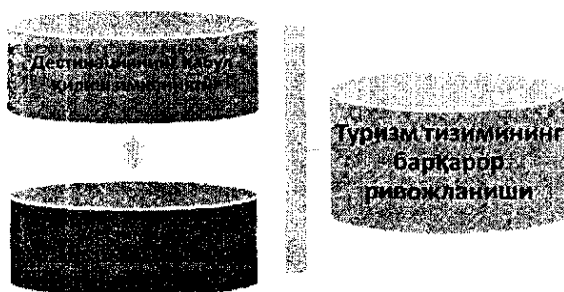
Рақобатбардошлик дестинациянинг бозордаги самарали ва фойдали рақобат қилиш қобилияти бўлса, барқарорлик ана шу рақобат давомида дестинациянинг жисмоний, ижтимоий, маданий ва табиий ресурсларининг сифатини сақлай олиш қобилияти ҳисобланади³. Демак, туризм тизими барқарорлигининг яна бир асосини рақобатбардошлик (*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-

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

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

³ 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 берганди¹. Руминиялик олим Хорноиу ўзининг «Экотуризм - 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 бошқариш² 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 беради³. Шу боис, узоқ муддатли истиқболга туризм стратегияси ишлаб чиқирилиши 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-

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

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

³ 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 қайтимини максималлаштиришдек асосий 3 та стратегик мақсадни кўзлайди¹.

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-

¹ 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 туризминини 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 эди¹.

Бугунги кунда туризм харажатининг 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 ажратилади² (1.7.-расм).

¹ 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.

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



1.7.-расм. Туризмнинг макроиқтисодий таъсири таснифи¹

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

¹ Social Science Research Network, 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 тизими¹

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 тушунилади¹ ва уни

¹ Муаллиф ишланмаси

² Квартальнов В.А. (2002). Туризм. — Москва.: Финансы и статистика», 2002.

ифодаловчи кўрсаткичлар амалдаги Миллий ҳисоблар тизими (МХТ)да акс эттирилади¹.

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 этаверади².

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 соғитиб 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 ҳўжалик 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.

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

² 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 қондирадилар¹ 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 этади².

XIX аср охирилари 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 кўрсатишди³. Уларнинг кузатувларига кўра, ҳудуди кичик ва иқтисодий ўсиш суръатлари баланд бўлган давлатларда туризм тармогининг ҳажми катта бўлиши аниқланди.

Шан ва Уилсон сингарй тадқиқотчилар 2001 йилда туризмнинг иқтисодий ва халқаро савдо ўсишига кўрсатган таъсири тадқиқ этилган ишларни умумлаштириб, «Туризм етакчилигидаги ўсиш» (бундан кейинги ўринларда TLG⁴) гипотезасини олға сурдилар⁵. Мазкур гипотеза туризмни

¹ Advances in Tourism Economics: New Developments By Elvaro Matias, Peter Nijkamp, Manuela Sarmento /Springer Science & Business Media, 16 cent. 2009.

² UNCTAD (2010). The contribution of tourism to trade and development

³ 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.

⁴ Tourism led growth

⁵ 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 қўпайиши, 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 қўшади¹. Қўплаб давлатларнинг мақсади импортни қоплаш учун хорижий валюта тушумини ошириш ва халқаро резервлар даражасини ушлаб туриш экани маълум. Ҳақиқатан, аксарият мамлакатлар учун туризм даромадларининг ўловлар баалансидаги 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^{2,3} 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-

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

² 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.

³ 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, фойз 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 солади¹, яъни тадбиркорларнинг бир бирликка сарфланадиган ўртача харажатлари миқдори камаяди. Масалан, халқаро туризм ривожлангани сари меҳмонхоналарнинг ўртача харажати камаяди ва меҳмонхона хўжалиги диверсификацияси учун шароит яратилади².

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 жанубӣ, ривожланган ва ривожланмаган давлатлар, баъзан эса бир давлат минтақаларининг иқтисодий ривожланишидаги тафовутларга барҳам беради. Шу сабабли, конвергенция назарияси икки хил ёндашувни қўллайди³.

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

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

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

³ 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 жойидагига нисбатан кўпроқ харажат қилади. Шуларни эътиборга оладиган бўлсак, маҳаллий туризм ривожланишидан манфаатдорлик кириш туризми ривожланишига қараганда кам эмас, деган хулоса чиқарса ўринли бўлади.

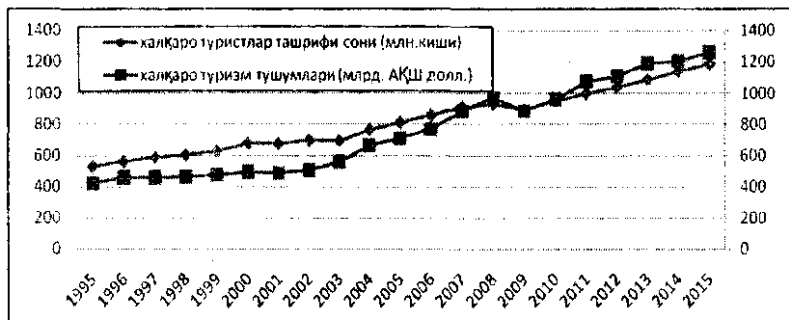
1.4. Туризм ривожланишининг халқаро тенденциялари ва асосий йўналишлари

Глобализация жараёнларининг чуқурлашуви, транспорт ҳамда ахборот-технологиялари соҳаларининг жадал тараққиёти туризм фаолиятининг жаҳон миқёсидаги қўламининг 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.¹ 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 эътироф 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 беқисс аҳамиятини исботлайди². 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 экспортидан 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 кўпдир³. 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 динамикаси⁴

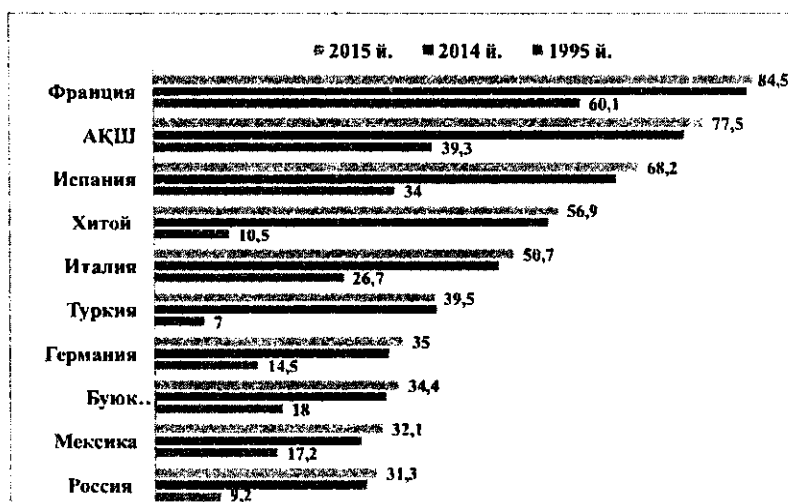
¹ World Tourism Organization.(2013). Tourism highlights, UNWTO, Madrid.

² World Tourism Organization.(2016). Tourism highlights, UNWTO, Madrid.

³ World Tourism Organization. (2016). UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.

⁴ 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.

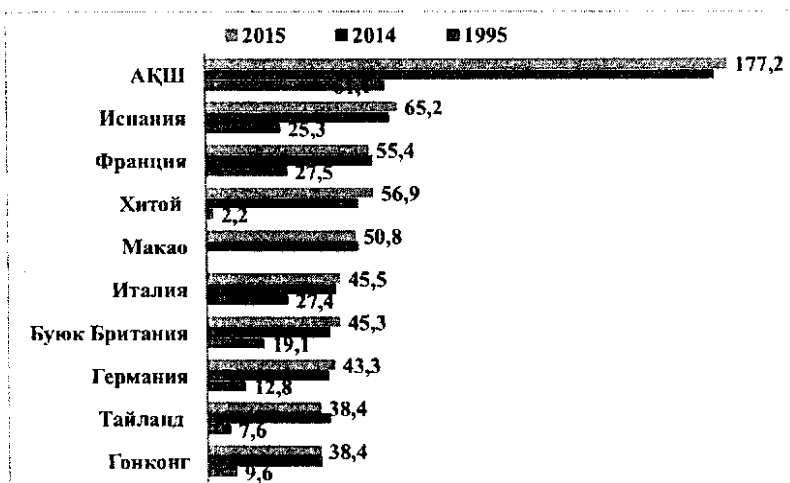


1.10.-расм. Халқаро кириш туризми кўрсаткичлари динамикаси¹

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

¹ 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.), Тайланд ва Гонконг (38,4 млрд. долл.) давлатлари ҳам туризм тушумлари бўйича етакчи давлатлар қаторидан ўрин олган.



1.11.-расм. Халқаро туризм тушумлари бўйича етакчи-давлатлар¹

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.

¹ 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 етакчилиқни Япониядан олиб қўйди¹. 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.

¹ Гягышев 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-давлатлар¹

	2014 й.	2015 й.	Аҳолиси сони	Жон бошига (2015 й.)	Улуши (2015 й.)	Халқаро жўнашлар сони (2015 й.)
Мамлакатлар номи	млрд. АҚШ доллари		млн. киши	млрд. АҚШ дол- лари	%	млн. 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 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

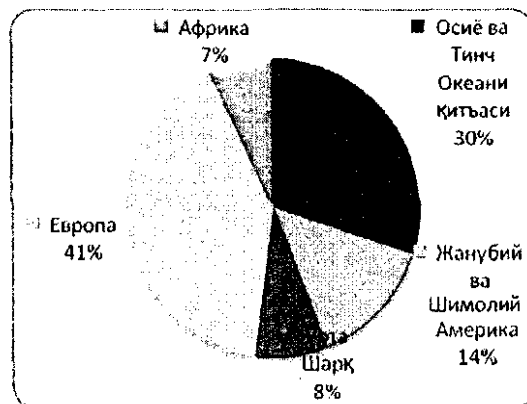
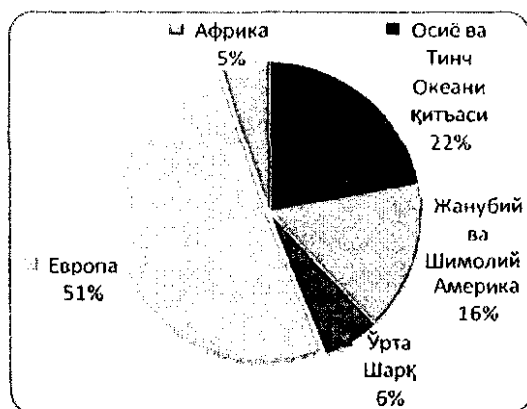
Австралия (йиллик 978 долл.), Буюк Британия (972 долл.), Германия (946 долл.), Канада (820 долл.) ва Франция (598 долл.) туризм соҳасида фуқаролари жон бошига энг кўп маблағ сарфлайдиган мамлакатлар сирасига киради. Италия (402 долл.) ва АҚШ (351 долл.) фуқароларининг жон бошига туризм харажатлари юқорида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

¹ 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 до-

минант 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



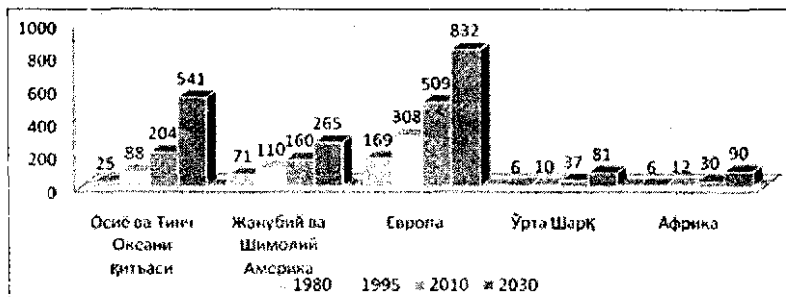
1.12.-расм. Халқаро ташриф буюрувчиларнинг қитъалар бўйича улуши (2010 йил ва 2030 йил)¹

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

этироф этиш мумкин. Мутлақ кўрсаткичларда 2015 йилда халқаро ташриф бурувчиларнинг 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.

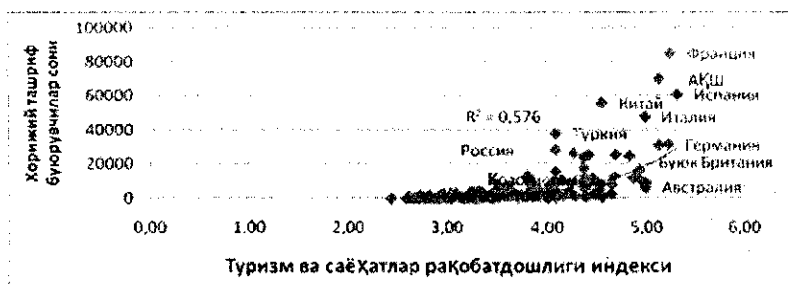
ЮНВТО Осиё ва Тинч океани қитъасининг халқаро ту-ризмда ўсишида кузатилаётган юқори ўсиш суръатлари ке-лажақда ҳам сақланиб қолишини прогноз қилмоқда, ушбу минтақанинг халқаро туризмдаги улуши 2030 йилда 2010 йилдагига нисбатан 8% га ортиши ҳамда 30% га етиши (1.12.-расм) кутилмоқда.

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.

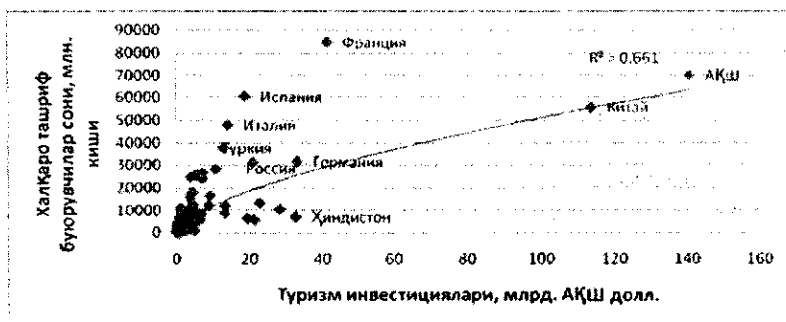


1.13.-расм. Чиқиш туризми манбаларининг қитъалар бўйича ўсиши (млн. киши)

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 алоқадорлиги¹



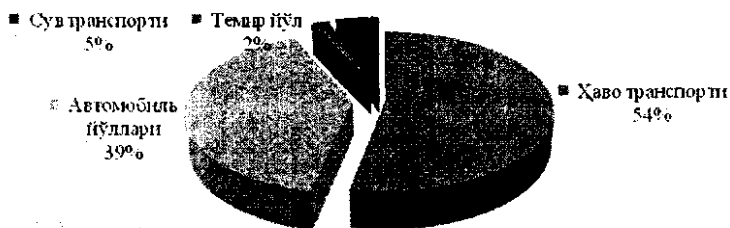
1.15.-расм. Халқаро ташриф буюрувчилар сони ва туризм инвестицияларининг ўзаро алоқадорлиги

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-

¹ 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 келажақда ҳам сақланиб қолиши кутилмоқда.

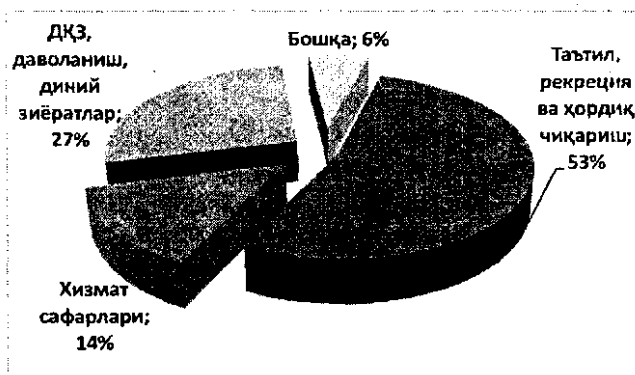


1.16.-расм. Халқаро ташриф буюрувчилар фойдаланган транспорт турлари улуши, 2015 йил¹

Туризм бўйича халқаро экспертлар ҳулосасига кўра, халқаро туризм бозорининг «Таътил, рекреация ва ҳордиқ чиқариш» сегментида талаб ўсишида барқарорлик узоқ муддатли келажақда ҳам сақланиб қолади. Халқаро ташриф буюрувчиларнинг дунё бўйлаб саёхати 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

¹ World Tourism Organization. (2016). UNWTO Annual Report 2015, UNWTO, Madrid.

яна 7% бошқа сабаблар билан (1.17.-расм) саёҳатга чиққан-лиги 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 таъриф буюрувчилар саёҳат 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 самарадорлиги 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 бўлинади¹. 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, қўпоровчилик 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

¹ 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 эгаллайди¹.

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.

Сўнгги 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 би-лан 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-

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

ни, кўчаларда йўл кўрсатувчи белгилар ўрнатилиши жараёни 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 қўшимча 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 тутади, деган

хулосага келинди. Рақобатбардошлик барқарорлик асосини ташкил этади.

Барқарор ривожланишни таъминлаш узоқ муддатга мўлжалланган стратегик режалар асосида изчил ислохотлар 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 жозибадорлигини 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 табиийдир¹. Туризм соҳасида прогнозлаштиришга бағишланган биринчи эмпирик тадқиқот Х.В. Гутриё² томонидан 1961 йилда амалга оширилгандан сўнг, бундай тадқиқотларни А.С. Геракис³, Л.Ж. Кремптон⁴ 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 этди⁵.

¹ Mer'a 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.

² 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.

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

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

⁵ 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 ифодаланади¹. Туризм статистикасининг такомиллашуви билан туризм талаби туристлар тунаши кечалари сони билан ҳам ўлчанаётганига гувоҳ бўлиш мумкин².

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 беради³.

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

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

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

³ Drakopoulos, G. (2011). *Handbook on Tourism Forecasting Methodologies*. www.e-unwto.org

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

2.1.-жадвал

**Туризмни прогнозлаштиришда қўлланиладиган
ўзгарувчилар¹**

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	Туристик солиқлар
Туристик харажатлар	Иқлим
Туризмнинг ЯИМда улуши	
Жойлаштириш муассасаларининг бандлик даражаси	

Манба: 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 мумкин¹ (2.2.-жадвалга қаранг).

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

¹ 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 прогнозилаштириш услублари туркумлари¹

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

¹ Drakopoulos, G. (2011). Handbook on tourism forecasting methodologies. Retrieved from www.unwto.org

Туризм талабини прогнозлаштиришда миқдорий моделлар алоҳида ўрин тутати. Шу сабабли, даврий қаторлар ва эконо- метрик моделлар ҳамда уларга алоқадор бўлган масалалар — саёҳатнинг бошланғич макони ва дестинация, туризм талаби ўлчови, тавсифловчи ўзгарувчилар, функционал шакллар, модел спецификацияси ва баҳолаш, таъхис тестлари, элас- тиклик кабиларга асосий эътиборни қаратамиз.

Даврий қаторлар — бирон бир ўзгарувчининг маълум дав- рий оралиқдаги қийматлари кетма-кетлиги бўлиб, прогноз- лаштиришда ана шу кетма-кетликдаги қийматларни экстрополяция¹ қилиш усули қўлланади. Эконометрик усуллар эса туризм талаби ва бошқа омиллар орасидаги математик боғлиқликдан фойдаланиб, келажакни прогноз қилади, ил- мий адабиётда уларни яна алоқадорлик усуллари ҳам деб юритилади.

Кундалик ҳаётда кутилмаган воқеалар содир бўлиб тури- ши туфайли математик усулларни қўллаш йўли билан аниқ- ланган прогнозлар ҳар доим ҳам тўғри бўлиб чиқмайди. Бун- дай ҳолатларда прогнозлаштиришнинг «сифат усуллари»дан таркиб топган иккинчи гуруҳ усуллари қўлланилади. Зеро, ҳакамлар ва экспертлар фикри каби «сифат усуллари»дан фойдаланиш жаҳон иқтисодиётидаги ўзгаришлар ёки терро- ризм ҳодисалари сингари кутилмаган ҳолатлар хавф-хатар- ларини баҳолашда самарали ҳисобланади. Бироқ, туризмда миқдорий ўлчамларга бўлган эҳтиёж катта бўлгани боис, тад- қиқотлар мақсадига қараб, бир вақтнинг ўзида ҳам миқдо- рий, ҳам сифат усулларида фойдаланиш мумкин.

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

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

¹ Экстрополяция — кўрсаткичларнинг ўтган даврлардаги ўзгариш тен- денциялари ахборотларидан фойдаланиб истиқболдаги қийматларини аниқлаш усули.

намикасини унинг ўз тарихий қийматлари ҳамда тасо-
дий тебранишлар элементиға таянган ҳолда прогноз қила-
ди. Бунда асосий эътибор даврий қаторларнинг тарихий
тенденцияси ва қонуниятлари (мавсумийлик каби)ға қара-
тилади. Бундай моделлар ўзгарувчининг тарихий қиймат-
ларигагина таяниши туфайли маълумотларни жамлаш нис-
батан осонроқ ва арзонроқдир.

Даврий қаторлар моделлари орасида энг кўп қўлланил-
гани Бокс ва Женкинс¹ томонидан таклиф этилган ARIMA
(Integrated Autoregressive Moving Average Model)² моделидир.
Бу модель ўзида авторегрессияли (AR) ва ўртача ҳаракатла-
нувчи (MA) моделларини бирлаштиради. Даврий қаторлар-
нинг оралик (ой, чорак, йил) хусусиятларига қараб оддий
ARIMA ёки мавсумийликни эътиборға оладиган SARIMA
(Seasonal Integrated Autoregressive Moving Average Model)³
моделли қўлланилиши мумкин. SARIMA моделида мавсу-
мий тебранишлар таъсири эътиборға олиниши сабабли прог-
нозлаштириш аниқлиги ARIMA моделиға нисбатан юқори-
роқ бўлади.

Бироқ, маълумотлар стационар⁴ бўлмаган ҳолларда, ушбу
моделларнинг прогнозлаштириш қобилиятини юқори деб
бўлмайди. ARIMA/SARIMA моделлари амалиётда қўлланил-
ганда, баъзи ҳолларда бир-бириға зид натижалар олинган-
лиги, прогноз баҳоларида номувофиқликлар пайдо бўлган-
ни ҳам маълум. Шунга қарамасдан, ARIMA модели бошқа
иккита муқобил Даврий қатор моделларига қараганда ҳам-
иша аниқроқ натижа бергани қайд этилган⁵. Ўз навбатида,
Хитойлик тадқиқотчилар Го ва Ло ҳам SARIMA модели-
нинг ARIMA модели ва бошқа 8 хил даврий қатор моделла-

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

² Интеграллашган ўртача ҳаракатланувчи авторегрессияли модели

³ Мавсумий Интеграллашган ўртача ҳаракатланувчи авторегрессияли модели.

⁴ Стационар — муқим, кўчмас, турғун.

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

ридан устунлигини кўрсатди¹. Бироқ Австралиялик олимлар Смерал ва Вугер энг оддий Naive 1 моделининг ARIMA ва SARIMA моделларидан устунлигини амалиётда тасдиқлади². Бундай ҳолат тадқиқотчиларни даврий қаторлар моделларининг муқобил ёндашувларини қўллашига олиб келди. Ушбу йўналишдаги уринишлардан бири сифатида бир ўзгарувчи қатнашган даврий қатор моделларини кўп ўзгарувчили моделларга кенгайтириш орқали бажарилишини кўрсатиш мумкин.

Туризм талаби таҳлилида бир ўзгарувчили 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 ўзгарувчили учта GARCH моделларини қўллаб, Австралия туризм талабига тўртта кирувчи бозорлардаги шартли вариация қандай таъсир қилишини аниқлади³.

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 мумкин⁴. Америкалик олимлар Клементс ва Хендри таъкидла-

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

²Smeral, 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.

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

⁴Drakopoulos, G. (2011). *Handbook on Tourism Forecasting Methodologies*. www.e-unwto.org

ганидек, «эконометрик таҳлил – прогнозаштириш воситаси бўлибгина қолмай, қўллаб 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»¹. 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 ҳулоса, Массидо, Этзо², Дивисикира³ каби бошқа ғарб олимлари томонидан ҳам қўллаб қувватланади.

Бироқ, эконометрик услублар ҳам бир қанча фаразларга таяниши сабабли, баъзан, регрессиялар⁴ хато натижаларга олиб келиши мумкин. Шу ўринда таъкидлаш лозимки, оддий энг кичик квадратлар усулига асосланган анъанавий регрессияли таҳлилларда учраб турадиган бундай камчиликларни тузатиш йўли билан туризм соҳасини моделлаштириш ва прогнозаштиришда 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),

¹ 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.

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

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

⁴ 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 прогноزلаштириш адабиётида асосий услублар сифатида қўлланилмоқда¹.

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 прогноزلаштиришга доир энг сўнгги амалий тадқиқотларни ўрганиб чиқарканмиз, TVP ва STSM моделлари қисқа муддатга мўлжалланган прогнозларда энг маъқул услуб дея таъкидланади. Узоқ муддатли прогнозларда 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.

¹ 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.

Farb olimlari Deton va Муэлбауер¹ томонидан ишлаб чиқилган AIDS, туризм талаби таҳлилларида нисбатан яқиндан бери қўлланилмоқда². 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 қўлланган³. Гонконг Политехника институти профессори Х.Сонг мазкур моделдан келажакда дестинациялар рақобатбардошлигини ўрганишда фойдаланиш мумкин, дея ҳисоблайди.

Гравитация (GraM) 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 қилинган⁴. Масалан, Гил-Парсея, Р.Ллорка-Виверо, Ж.Мартинез-

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

² 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

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

⁴ 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.

Серрано¹, Ли ва Сонглар² гравитация тенгламаларидан халқаро туризм оқимлари ҳажмини тушунтиришда фойдаланишган. Гуо³ гравитация модели воситасида Хитойга кириш туризми талабини таҳлил қилган. Хадару ва Ситана⁴ эса ушбу моделдан туристик оқимларга транспорт инфра-тузилмаси 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 ишончилиги заиф ҳисобланади⁵. Бундан ташқари статик моделлар сайёҳларнинг вақт ўтиши билан ўзгарувчан хоҳиш-истаклари каби нозик томонларини, шунингдек, туризм талаби эластиклигини ҳам ҳисобга олмайди⁶.

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

² 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.

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

⁴ 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.

⁵ 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.

⁶ 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.

Панель маълумотларини¹ 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, мультиколлинearлик муаммосини камайтиради ва модель ҳисобларида мустақиллик даражасини оширади. Шу боис, ўзгарувчилар учун кўндаланг кесим маълумотларини йиғиш имкони мавжуд бўлган ҳолатларда панель маълумотлари таҳлили услуги қўлланилади. Сўнгги йилларда бу услубдан туризм соҳаси тадқиқотларида ҳам кенг фойдаланилиши кузатилмоқда. 2000 йилдан бошлаб Ледесма-Родригез ва Наварро-Ибанез² панель маълумотлари моделини Тенерифеда, Науде ва Сайман³ Африканинг 43 та давлатида, Ситарам⁴ 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 айти бир вақтдаги тенгламалар тизими модели бўлиб, унда ўзгарувчилар бир-бирига тескари таъсир кўрсатиши мумкин. Ушбу модель 2000 йилдан кейинги даврда туризм соҳасида бир мартаба ишлатилган. Турнер ва Уитт⁵ уч хил туризм оқимини (таътил, хиз-

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

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

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

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

⁵ 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 мантикий 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 ўтамиз.

Сунъий нейрал тизими (ANN — Artificial Neural Network) инсон миёсида ўрганиш жараёнига имитация қилишга уринувчи ҳисоблаш техникаси дейиш мумкин¹. ANNнинг номукаммал, чизиқли бўлмаган маълумотларга мослашиш қобилияти уни классик регрессияли моделларга муносиб муқобил услуб бўлишига имкон берди. ANN услуби туризмга 1990 йилларнинг охирларида кириб келди, 2000 йилдан кейинги тадқиқотларда унинг мукаммаллаштирилган шакллари қўлланилиши давом этмоқда. Улардан баъзиларини Кон ва Турнернинг ANN услубининг туризмда қўлланилиши бўйича шарҳида танилиши мумкин². Эмпирик тадқиқотлар ANN классик даврий қаторлар услублари ҳамда кўп регрессияли моделлардан устунлигини исботлади.

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, Бургер ва бошқалар ANN услубининг Naive I, ARIMA, экспоненциал текислаш³,

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

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

³ экспоненциал текислаш — танланмада аввалги кузатувларга янги кузатувларга нисбатан кам улуш ажратиш йўли билан қисқа муддатли истиқболни прогнозлаштиради.

кўп регрессияли ва генетик регрессияли моделлариға қараганда аниқроқ прогнозлар берганини кўрсатди¹. Шу каби хулосаларни Чо² Гонконг, Кон ва Турнер — Сингапур, Клаверия ва Торра³ Каталония туризм талаби учун ҳам келтирган. Қониқарли прогноллаштириш қобилиятиға қарамасдан, тажрибалар орқали яратиладиган ANN моделлаштириш учун тизимли тартибға эга эмас.

Тахминий (яъни) 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 фойдаланган⁴. 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 ҳолатиға кўрсатилган таъсирини ўлчашда қўлланилиб келинаётган умумий мувозанат (CGE — Computable General Equilibrium) модели, туризм соҳасида кейинги ўн йилликда қўлланила бош-

¹ 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.

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

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

⁴ 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 яратмоқда¹. CGE модели кўриб чиқиладиган 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 иқтисодиёт нуқтаи назаридан асослаб беришга қаратилган².

Туризм ривожланишини прогнослаштиришда тобе ва мустақил ўзгарувчилар ҳамда услубларнинг кўплиги сабабли, уларда ўтказиладиган 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 ҳолис ва ишончли прогнозлар воситасида амалга ошириш қуйидаги *2.1.-расм*да келтирилган услублардан фойдаланилади.

Кўрсатилган услубларнинг республикамызда амалий жиҳатдан тадбиқ этилиши туризмни ривожланишини прогнослаштириш услубиётини такомиллаштиришга ўзининг муносиб ҳиссасини қўшади.

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

¹ 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.

² 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 ишончлилиқ 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 топади¹:

- статистик манбалар;
- кузатувлар, 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 маҳсуус усуллар, услубий тавсиялар (концепция, таъриф, классификация, ахборотлар базаси, бошқалар);
- статистик жараёнларда фойдаланиладиган дастакли ва ташкилий ресурслар.

Туризм статистикаси бўйича халқаро тавсиялар²да давлатларнинг туризм статистикаси тизимини халқаро таққослаш ва таҳлил қилиш имконини берувчи стандартлар асосида тақомиллаштириш бўйича фаолияти қўллаб-қувватланади. ЮНВТО туризм статистикаси бўйича дастлабки умумий

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

² 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 тўпламларининг 2008 йилдаги таҳрири туризм статистикаси замонавий тизимининг асосини ташкил этади. Ҳар бир мамлакат ўз туризм статистикаси тизimini ўз ихтиёрига кўра шакллантиришига қарамасдан, БМТ статистика қўмитаси тасдиқлаган «Расмий статистиканинг фундаментал тамойиллари»га амал қилиши лозимлиги Халқаро ҳуқуқ нормаларида белгилаб қўйилган.

Сўнгги 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 ташкилот, 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 (яъни капитал

Туризм талаби		Туризм тақлифи	
1-жадвал. Кириш туризми истеъмоли (тап- риф, буюрғичи ва маҳсулот турларига кўра)			
4 - жаdвал. Маҳсулотлар бўйича ички туризм истеъмоли	→	6 - жаdвал. Маҳаллий тақлиф ва ички туризм истеъмоли	←
5 - жаdвал. Туризм на бoшқа тармоқлар ишлаб чиқариш ҳисоби			
2-жаdвал. Маҳаллий туризм истеъмоли	↑		
3-жаdвал. Туризм истеъмолининг бошқа қисмлари: а) дам олин масканларининг ўз ҳисобидан хизматлари; б) туризмнинг ижтимоий трансфертлари; в) бошқа истеъмолатларга эга			7-жаdвал. Туризм тармоқ-ларида иш билан бандалик
Жамаллар натижалари:		Туризмнинг бево-сита ялпи қиймати; туризм бево-сита ялпи ички маҳсулоти	Туризм тармоқларининг ялпи ҳўшидан қиймати
			Туризмда иш билан бараллик (туризмда бево-сита иш билан бандалик)

2.2.-расм. Туризм ёрдамчи ҳисобининг макроиқтисодий кўрсаткичларни ҳисоблаш учун зарур жаdваллари

шаклланиши)ларга асосланган¹. Юқоридаги 2.2.-расмда ТЁХнинг туризмга тегишли макроиқтисодий кўрсаткичлар-ни 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 шакл-лантирилади (2.3.-жадвал). Талабга тегишли муҳим ахборот-ларга туристик оқим ҳажми (1), транспорт тури (2), ташриф давомийлиги ва жойлашиш муассаси (3) ҳамда туризм хара-жатлари (4) киради. Туризм истеъмоли 1-3- жадвалларда акс эттирилиб, одатда, ташриф буюрувчиларга оид махсус куза-тувларда йиғилган маълумотлар асосида тўлдирилади.

2.3.-жадвал

ТЁХ ўнталиги: таклиф этилган жадваллар рўйхати²

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

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

² 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 ҳисобланади¹. Туризмнинг энг асосий кўрсаткичи бўлган қўшилган қийматни ҳисоблашда ана шу жадвал маълумотлари ишлатилади. 2.1.-*расм*да 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).

ТЎХ 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 бор².

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.

ТЎХда 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-

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

² 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 қуйидагича гуруҳлаштириш мумкин:

туризмга хос маҳсулот — туристлар сони кескин қисқарганда, истеъмоли сезиларли даражада камаядиган 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 қилинмайди¹.

Туризмда қўтилаётган 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. ТЎХнинг 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 ва 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

¹ 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 макроиқтисодий 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.Ромер¹, Р.Лукас², С.Ребело³ узоқ муддат-

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

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

³ 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 эъвазига амалга ошади, деган ғояни илгари суради. Бироқ, юқори технологик тармоқ бўлмаган туризм соҳаси ҳам ихтисослашув натижасида ўсиб боровчи инвестиция қайтимларини таъминлаш орқали маҳсулот ва хизматлар бозорлари, тармоқлар ва тадбиркорлар эришган ютуқлар таъсирини янада кучайтириш қobiliя-тига эгадир¹. 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 текшириляётганини алоҳида қайд этиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Туризм ва иқтисодий ўсиш алоқадорлиги гипотезаси биринчи бўлиб, Балагуэр ва Кантавелла томонидан Даврий қатор таҳлили воситасида Испания учун текширилди². Тадқиқотчилар 1975–1997 йиллар маълумотларидан фойдаланиб, реал ЯИМ, халқаро туризм тушумлари ва валюта айир-

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

² 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 қўлади. 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 этди¹. 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 қилганда² TLG гипотезаси ўз тасдиғини топди.

2005 йилда эса мазкур гипотеза Демироз-Унган³, Гундуз ва Хатеми⁴ томонидан Туркия, Ох⁵ 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–

¹ 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.

² Durberry, R. Tourism and economic growth: the case of Mauritius// *Tourism Economics*. 2000. Vol.10 (4). pp. 389–401.

³ Demiroz, D.M. & Ongan, S. (2005), The contribution of tourism to the longrun Turkish economic growth, *Ekonomické Casopis*, 9, pp. 880–894.

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

⁵ 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 шохид бўлиш мумкин. Грейнжер алоқадорлик тестини қўллашнинг талаби кўрилатган 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, Аруба¹, Бразилия, Кипр ва бошқа кўплаб давлатлар учун TLG гипотезаси текширилди.

¹ Жанубий Америкадаги Венесуэла давлати яқинидаги орол-давлат.

2.4. –жадвал
Иқтисодий ўсиш ва туризм боғлиқлигини кўрсатувчи тадқиқотлар. Даврий ҳатторлар таҳлили¹

Муаллиф-лар	Вақти	Мамлакат	Давр	Ўзгартувчилар	Услуби	Алоқалор-лик
Гали	1976	Гавай	1953-1970	Шахсий даромад, туризм ўсиши	OLS	T→Y
Балагуэр ва Кангаселла	2002	Испания	1975-1997 (чорак)	ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси	VECM (Johansen) – Granger causality	T→Y
Дритсенкс	2004	Греция	1960-2000 (чорак)	ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси	VECM (Johansen) – Granger causality	T→Y
Демироз ва Унган	2005	Туркия	1980-2004 (чорак)	ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси	VECM (Johansen) – Granger causality	T→Y
Гулуз ва Хатемли	2005	Туркия	1963-2002 (йиллик)	ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси	Multivariate ARCH - leveraged bootstrap (Granger causality	T→Y
Ох	2005	Жапоний Корея	1975-2001 (чорак)	ЯИМ, туризм тушумлари	Engle-Granger Causality	Y→T
Катиржигулу	2011	Сингапур	1960-2007 (йиллик)	ЯИМ, туризм соми, валюта курси	ARDL – Granger causality (VECM)	T→Y
Хуссейн ва Кара	2011	Туркия	1964-2006	ЯИМ, туризм тушумлари, валюта курси	VECM (Johansen) – Granger causality	T→Y

¹ 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 ўтказилди¹ (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 базаси² асосида текширди³. Шуниси эътиборга лойиқки, Брау ва бошқалар томонидан 1980–2003 йилларни қамраб олган даврда 143 давлатдан иборат тўплам доирасидаги тадқиқот⁴, Сингх томондан 37 та кичик орол бўйича⁵, По ва Хуангнинг⁶ 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 келишди⁷.

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

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

³ 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.

⁴ 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.

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

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

⁷ Fayissa, B., Nsiiah, 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 маълумотлари¹

Муаллифлар	Вақт	Мамлакат	Давр	Ўзгартувчилар	Алоқа-дорлик
Энгелно-Мартин ва бошқалар	2004	Лотия Амстердамнинг 21 та мамлакати	1985-1998	ЯИМ, туристлар сони, инвестиция, давлат истеъмоли, давлатнинг таълимга харажатлари, сўсий барқарорлик индекси, коррупция индекси	T→Y
Файисса ва бошқалар	2008	Жанубий Сахаранинг 42 та мамлакати	1995-2004	ЯИМ, туризм тушумлари, мустақиллик индекси, инсон капитали, инвестиция, хорижий инвестиция, уй хўжаликлари харажатлари	T→Y
Секнера ва Нунс	2008	94 та мамлакат	1980-2002	ЯИМ, туристлар сони, туризм экспорти, туризм тушумларининг ЯИМдаги улуғи, давлат истеъмоли, бозор деформацияси кўрсаткичи, очиклик, ҳаёт давомийлиги, таваккалчилик, инфляция	T→Y
Холзнер	2011	11 та мамлакат	2000-2005	ЯИМ, туризм тушумлари, жисмоний капитал, инсон капитали, валюта курси, очиклик, со-лик	T→Y
Дритсакис	2012	Ўрта Ер денгизи соҳилдаги 7 та мамлакат	1980-2007	ЯИМ, туристлар сони ва туризм тушумлари, валюта курси	T→Y

¹ 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 тасдиқлашди¹. Л.Ж.Эвгенио-Мартин бошчилигида бир қатор олимлар эса TLG гипотезасини Лотин Америкаси давлатларидан ташкил топган тўплам учун 1985–1998 йиллар учун текширди². 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 Кампос³, 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, таъриф 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 коеэффиценти 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.

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

²Eugenio-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.

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

Энгл ва Грейнджер¹ (1987) томонидан ишлаб чиқилган коинтеграция усули ва ЕСМ² техникасининг биргаликда қўлланиши ушбу муаммога самарали ечим бўлиб келмоқда.

Энгл ва Грейнджер, 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 ҳаракатланиди. 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 Грейнджернинг 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 ифодаланади. 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-

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

² 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, $y_t = \beta_0 + \beta_1 x_t$ чизикли тенглик ($d-b$) (бунда, $b > 0$) даражали интеграциялашувини таъминловчи (β_0, β_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 (β_0, β_1) вектори — коинтеграция вектори деб аталади. Бу таъриф икки ўзгарувчили ҳолатга нисбатан қўлланилса-да, шу тарзда, k — ўзгарувчили коинтеграция тизими ҳолати ҳам келтириб чиқарилиши мумкин.

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

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

Бунда, Y_t ва $X_t - I(1)$ даражали интеграцияланган, ε_{1t} ва ε_{2t} эса мустақил ва ўртача «0» ҳамда доимий дисперсия билан бир хил тақсимланган. Шунингдек, энг камида α_1 ва α_2 коэффицентларидан 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, α_1 ва α_2 коэффициентлар эса иқтисодий тизимнинг мувозанатга интилиш кучини кўрсатади.

ЕСМ моделининг оддий даврий қаторлар моделларидан бир қанча афзалликлари бўлиб, улардан, воқеликнинг қисқа ва узоқ 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)* тести дан фойдаланамиз. Мазкур тест Диккей ва Фуллер¹ томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, қуйидаги (3.6) тенгликка асосланади ва «Бирлик илдиз тести» номи билан машҳур.

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

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

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

Ташириф буюрувчилар сони (LnTA_t) ўзгарувчиси ҳам худди шу тарзда стационарликка текширилади. Бунда, агар LnRGDP_t ва 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, сўнгги босқичда ўзгарувчилар орасидаги алоқадорлик йўналишини аниқлаш мақсадида Granger Causality (Грейнджер алоқадорлик) тести қўлланади. Бу тест воситасида туризм ривожланишини иқтисодий ўсишни рағбатлантирадими ёки аксинча иқтисодий ўсиш туризмни ривожлантирадими деган саволларга жавоб топилади.

Эконометрика соҳасидаги адабиётда, Грейнджер алоқадорлиги йўқлиги «кучли экзогенлик»ка ишора қилади. Демак, u_t ва x_t дан иборат соддалаштирилган икки ўзгарувчили 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 Грейнджер 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 шоҳид бўлиш мумкин. Грейнджер алоқадорлик тестини қўллашнинг талаби кўрилатган ўзгарувчилар стационар стохастик жараён орқали тавсифланиши шарт. Агар бирлик илдиш 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 Грейнжер алоқадорлик тестлари қўлланилади.

2.4. Туризм талаби ҳажми ва рақобатбардошлигининг асосий омилларини аниқлаш услублари

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 охирларида пайдо бўлди. 1946 йилда Г.К. Зипф¹ ва 1948 йилда

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

Ж.К.Стюарт¹ 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 Тинберган² алоҳида тилга олинади. 1966 йилга келиб Л.Ж. Кремптон мамлакат аҳолиси ва масофага аҳоли бойлиги, дестинация жозибадорлиги кўрсаткичларини қўшиш орқали моделни такомиллаштирди³. Бироқ ушбу моделда ҳам туристик оқимлар чексиз қўпайиши ва масофанинг ўта юқори таъсир кўрсатиши билан боғлиқ иккита катта камчиликка йўл қўйилгани ошкор бўлди.

Гравитация моделининг кенг қўлланилаётган логарифмлаштирилган шаклини Франкель⁴ 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:

¹ Stewart J. Q. (1948). Demographic Gravitation: Evidence and Applications, «Sociometry», Vol. 11, s. 31–58.

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

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

⁴ 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 прогнозлаштиришда 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 эканлини ва бу мамлакатда туризм ривожланишини гравитация назарияси асосида тушунтириш мумкинлигини исботлади¹. 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 қилади², деган хулосага келди.

Гравитация модели Гарин-Муноз ва Амарал³ томонидан Испания, шунингдек, Эрйигит ва бошқалар⁴ тарафидан Туркия, Хадару ва Ситанах⁵ томонидан 28 давлатдан иборат панель, Ли ва бошқалар⁶ эса Хитой Халқ Республикаси минтақалари учун фойдаланишган.

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

² 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.

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

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

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

⁶ 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 моделини Ўзбекистонда туризмни прогноزلаштириш 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 қўллаймиз. Гравитация моделида OLS усулини қўллаш қуйидаги учта шарт бажарилганидагина ўринлидир:

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

2. ε_{ij} — хатоликлари мустақил нормал тақсимотта эга бўлиши керак (бир жинсли бўлиш (хомоскедастиклик) фарази);

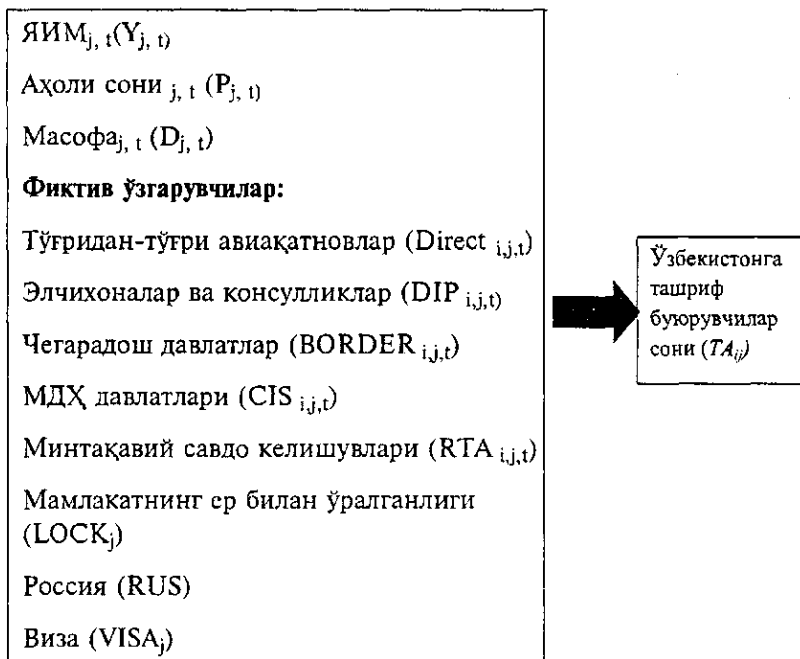
3. Мустақил ўзгарувчиларнинг биронтаси бошқа мустақил ўзгарувчининг чизикли комбинацияси эмас (тўлиқ қатор фарази).

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_{ij,t} (тўғридан-тўғри авиақатновлар), DIP_{ij,t} (элчихоналар ва консулликлар) ҳамда VISA_j (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, Туркменистон ва Афғонистон давлатлари учун «1» га ва қолган барча давлатларга «0»га тенг.

МДХ давлатлари ($CIS_{i,j,t}$) ўтмишдаги умумий сиёсий таърихни 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 иштирокчини 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 чизикли-логарифмик кўринишда ифодаланади:

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

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 услуби

Глобализация жараёнларининг тобора чуқурлашиб бориши билан мамлакатлар, минтақа ва шаҳарлар орасида иқтисодийётнинг 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 рақобатбардошликлари-

ни ҳолис баҳолаган ҳолда амалга оширишлари муҳим аҳамиятга эга.

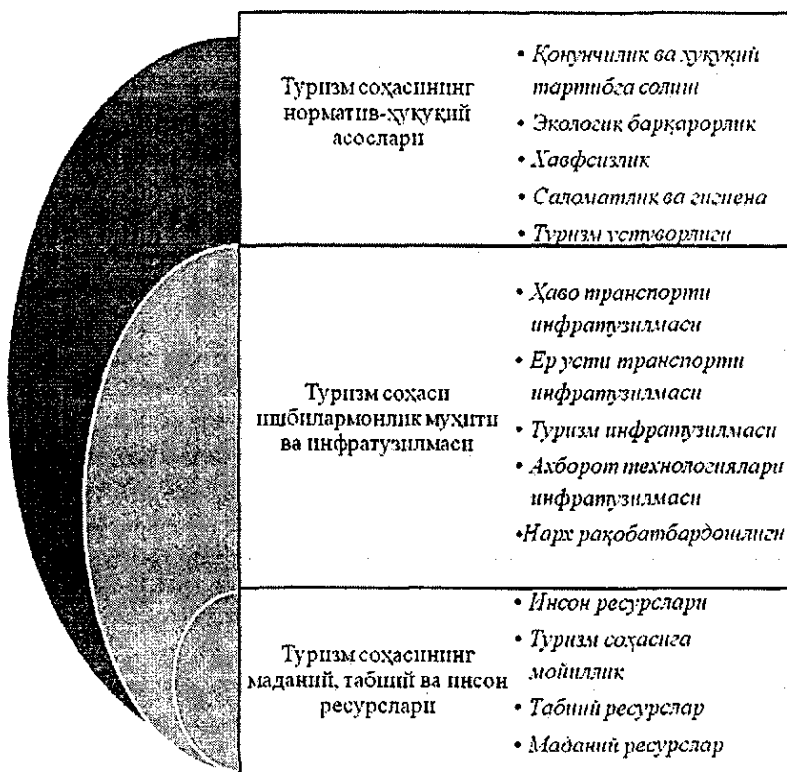
Туризмнинг ўсиб бораётган ижтимоий-иқтисодий аҳамияти сабабли туризмнинг миллий рақобатбардошлигини баҳолаш ва мониторинг қилишнинг бир қатор услублари ишлаб чиқилди. Дестинациялар рақобатбардошлигига доир энг муҳим ишланмалардан бири Жаҳон Иқтисодий Форуми (ВЭФ) томонидан тақдим этилган Туризм рақобатбардошлиги индексиدير (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 жозибадорлигига 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 омиллар¹

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

¹ 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 очиқлигини таъминлашдаги халқаро мажбуриятларни қабул қилганликлари тўғрисидаги маълумотлар ҳисобга олинади.

Экологик барқарорликни оширишга йўналтирилган сайёҳаракатлар 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 хавфли давлатларга саёҳатга чиқишни истамайдилар. Бу мезонда умумий жиноятчилик, зўравонлик ҳамда терроризм хавфи, ҳуқуқни ҳимоя қилиш органлари томонидан жиноий тажовузлардан ҳимоялаш ва йўл ҳаракати хавфсизлигини таъминлаш каби хизматларнинг ишончилилик даражаси кўриб чиқилади.

Соғлиқни сақлаш ва гигиена ҳам туризм рақобатбардошлиги учун ўта муҳимдир. Сифатли ичимлик суви билан таъминлаганлик 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.

Ҳукумат 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 қўпайиши ва давом этишига олиб келади. Туризм устувор йўналиш сифатида қўрилиши 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, қўнишлар 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 қўшилган. 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 онлайн¹ хизматлар кўрсатиш имконини беради.

¹ Онлайн (on-line) — меҳмонхоналарда бронь орқали жой банд қилиш қабилини 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, ёқилғи 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 иштироки, 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, зиёилиги, 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 очиклиги эса туризм тушумлари ва харажатларининг

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

Шубҳасиз, табиий ресурслар миллий туризм рақобатбардошлигида асосий омиллардан биридир. Табиий активларга киришга имкон берувчи давлатлар яққол солиштира 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 сўровномаси¹ (Executive Opinion Survey) ҳамда бошқа манбалардан йиғилган миқдорий ахборотлар асосида ҳисобланади. ВЭФ маълумотлар базасидаги мезонларнинг ҳар бири турли ўзгаришчилар 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.-*расм*да тасвирланган. Таклиф этилаётган модель ВЭФнинг Туризм ва саёҳат рақобатбардошлиги индексига тегишли ишланмаларга асосланган, тушунтирувчи омиллар сифатида дестинациялар рақобатбардошлигининг 14 кўрсаткичидан фойдаланилган ва улар «K_{ij}» (i=1...14; j=1...140).

¹ 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); $\log(GDP)_i$ — аҳоли жон бошига ЯИМ қийматлари логарифми ва $\log(population)_i$ — 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 услугиётининг муттасил 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 кутилмаган 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-

центуал 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 $Direct_{i,j,t}$ (тўғридан-тўғри авиақатновлар), $DIP_{i,j,t}$ (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. Грейнджер алоқадорлик тестини қўллашнинг талаби шундаки, унда кўрилатган ўзгарувчилар стационар стохастик жараён орқали тавсифланиши шарт.

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

III БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИНING ЗАМОНАВИЙ ҲОЛАТИ

3.1. Республикамиз ва унинг минтақаларида туризм ривожланишининг динамикаси ва муаммолари

Ўзбекистон Республикасида демократлаштириш ва модернизациялаш борасида бошланган тизимли ислохотларнинг 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 ислохотлар 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 ислохотларнинг 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 ЯИМдаги улуши 1990 йилги 33,8 % дан 2015 йилда 54,5 % га етди.¹ Биринчи Президентимиз И.А.Каримов таъкидлаганидек, ялпи ички маҳсулот ўсишининг ярмидан кўпи хизмат кўрсатиш соҳаси ҳиссасига тўғри келгани бу тармоқнинг иқтисодийтимиздаги ўрни ва таъсири нақадар катта эканини кўрсатади.²

Маълумки, Ўзбекистон ҳукуматининг бош мақсади республика аҳолисининг муносиб ҳаёт даражаси ва сифатини таъминлаш ҳамда ривожланган демократик мамлакатлар қаторидан мустаҳкам ўрин эгаллашдир. Мана шу эзгу ниятда 2030 йилгача ялпи ички маҳсулот ҳажмини икки баробар ошириш асосий вазифалардан бири этиб белгиланди. Қўйилган 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 иқтисодийтининг 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 қўйилган 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.

¹ Каримов И.А. 2015 йил иқтисодийтимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий талбиркорликка 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.

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.

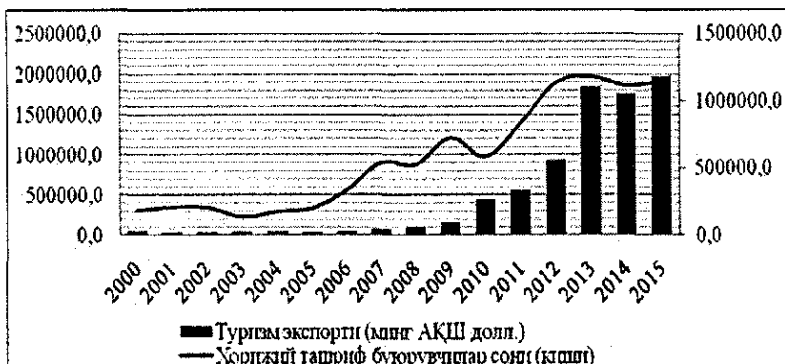
Ўзбекистон Республикасида туризм соҳаси ривожланишига қаратилаётган катта эътибор ва олиб борилаётган изчил ислохотлар натижасида юртимизга ташриф буюраётган сайёҳлар сони ва туризм экспорти йилдан-йилга мунтазам ўсиб бормоқда. Ўзбекистонда туризм соҳаси ўсиш суръатлари сўнгги йигирма йил давомида ўртача 7,6 % ни ташкил этди, бу кўрсаткич жаҳон туризм ўсиши суръатидан (4,5 %) анча юқоридир. Масалан, 2000 йилда республикамызда 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 доллари-дан 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 бўлди¹. Бундан, маълумки, Ўзбекистонда туризмнинг иқтисодиётга мультипликатив таъсири 3,2 мартага тенг, яъни бевосита туризм соҳасида

¹ 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.



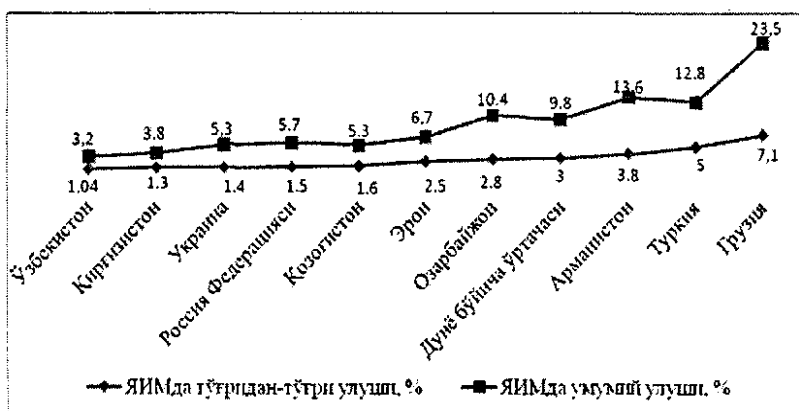
3.1.-расм. Ўзбекистонда хорижий таширф буюрувчилар сони ва туризм экспортининг 2000—2015 йиллардаги динамикаси¹

Республика туризм соҳасини малакали кадрлар билан таъминлаш мақсадида 6 та олий таълим муассасаси қoшида 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-

¹ 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 турибди¹.



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

Республикаимиздаги 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 номутаносиб 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-

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

² 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 ҳудудлардагига нисбатан сезиларли даражада камдир (*ўша жадвал*).

3.1.-жадвал
Ўзбекистон Республикаси вилоятлари кесимида туризм кўрсаткичлари

		Қўқанд вилояти	Андижон вилояти	Бухоро вилояти	Жамбул вилояти	Қашқадарь вилояти	Наманган вилояти	Самарқанд вилояти	Сурхондарь 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 таъинловчи таърифаси	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 (Миллатда аҳолиси жон бошига II /республика аҳоли жон бошига Тинибган)	0,16	1,32	3,36	0,79	0,60	1,48	1,03	2,00	0,15	1,22	8,19	0,35	0,86	13,70
Меҳмонхоналар сон	568	27	83	20	35	21	16	91	28	5	36	45	32	109
Жой сон	32969	1681	2816	740	1440	1010	1075	5070	1167	107	2446	2159	1747	10

Тууан догомдун, кнпн-к-ча	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 кнпига мехмюкхоя жонп	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
Туронаторлар сонн	343	3	4	12	2	3	2	1	46		2	4	2	4	256
Мехмюкхояда тууанн снйхур сонн (кнпн)	1271951	31769	17264	98914	59639	47053	43844	37434	136591	41549	4059	65191	47404	64527	556613
Улардон дам олан мохсодида кежанлар	48	62	12	77	4	4	28	54	70	26	3	40	35	82	48
Улардон мнмол снфари юзснндн	52	38	88	23	96	96	72	46	30	74	97	60	65	18	52
Тууанн экспорт (мнпн АКПН долл.)	58614,4	173,3	308,3	4944,7	-	104,5	375,5	144,6	10187,2	0,1	330,2	1221,1	78,9	2006,3	38806,9

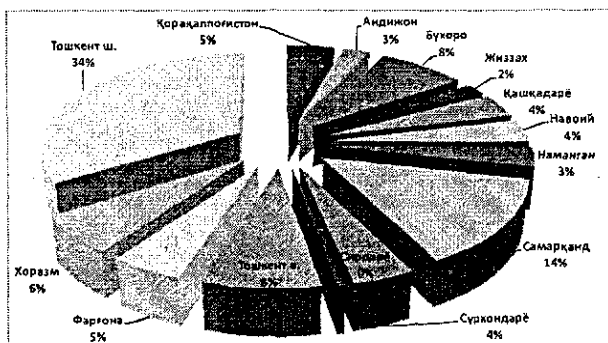
Энди, Ўзбекистон Республикаси туризм соҳасидаги бундай вазиятнинг асосий сабабларини аниқлаш ва туристик ресурслардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш бўйича тегишли чора-тадбирларни ишлаб чиқиш учун мамлакатимиз туризм тизимидаги базавий элементларнинг замонавий ҳолатини кўриб чиқамиз.

Туризм маҳсулоти. Бугунги кунда республикаимиз 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 зериқарли 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 ҳўжалиги республика минтақалари бўйича нотеқис 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).



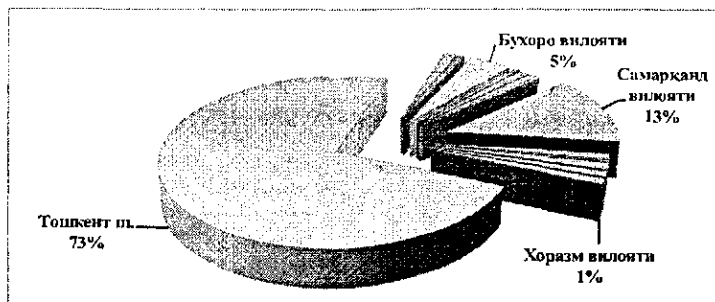
3.3.-расм. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида меҳмонхона ва жойлаштириш муассасаларининг улушлари



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

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.-жадвалдаги маълумотлардан кўриниб турибдики, бу вилоятда туризм экспорт тушумлари, асосан, меҳмонхоналар фаолиятдан олинган бўлиб, туризм операторларининг ҳиссаси жуда ҳам паст даражада. Туристик ташкилотларининг салмоғи Тошкент шаҳри ва Самарқандда юқори бўлганлиги боис, улар туризм экспортига ҳам салмоқли ҳисса қўшиб келмоқдалар. Хоразм вилоятида туризм ташкилотларининг камлиги, маалакали тур-операторларнинг етишмаслиги бу йўналишда экспортни оширишга тўсқинлик қилмоқда ва катта йўқотишларга сабаб бўлмоқда.

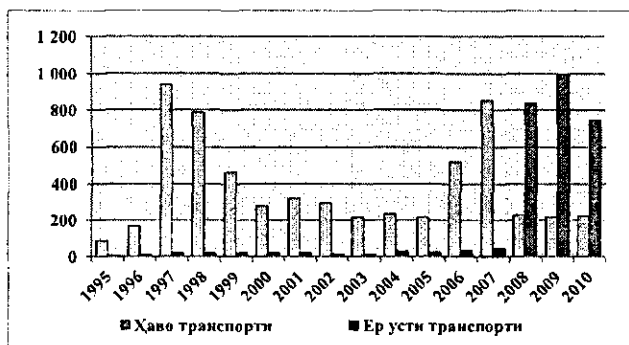
Худди шундай, Ўзбекистон Республикаси минтақалари орасида бой табиий рекреацион ресурслари ҳамда серқирра табиий ландшафти билан яққол ажралиб турган Тошкент вилоятида ҳам туризм соҳаси кўрсаткичлари имкониятлари даражасидан бир неча баробар пастдир.

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 поезд 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 авиатransпорт 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 автотransporti 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 доволон орқали автобус қатновини ташкил этиш тақиқланган эди. 2016 йилнинг 27 августидан бошлаб Фарғона водийси вилоятлари ва Тошкент шаҳри орасида Қамчиқ довлони қаъридан ўтадиган тоннель орқали мунтазам темир йўл қатнови йўлга қўйилиши водийда миллий туризм ривожланишига салмоқли ижобий таъсир кўрсатиши кутилмоқда.

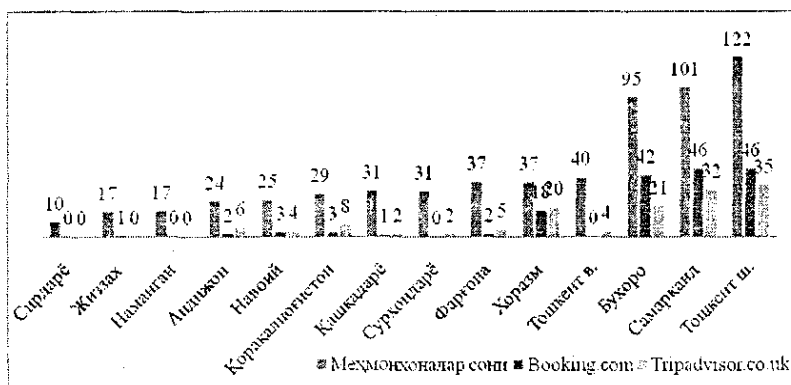


3.6. -расм. Ўзбекистон Республикасига ташриф буюрувчилар транспорт турларидан фойдаланиши улушининг ўзгариши

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 ва 35 таси 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)

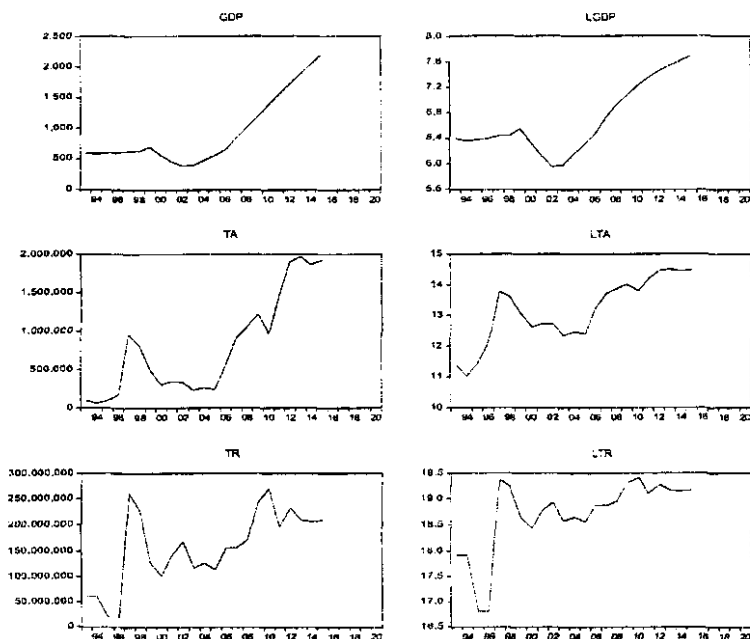
Юқорида қайд этилган глобал ресурсларда жойлаштирилган маълумотлар таҳлили хорижлик сайёҳлар баъзан Хоразм ва бошқа ҳудудларга ташриф буюришни режалаштиришда дадил ҳаракат қилмасликлари, бу саёҳат афзалликлари ҳақида етарли маълумотларга эга эмасликлари аён бўлди. Бироқ, сайёҳлар Хоразм воҳаси, Фарғона 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 яккахукмронлиги 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 хетерокедастиклик¹ 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 кўрилатган 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 кўрилатган ўзгарувчилар ичида кучли корреляцион алоқадорлик мавжудлигини кўрсатса-да, бу, туризм ривожланиши ва иқтисодий ўсиш орасидаги узоқ муддатли боғланиш ҳақида ҳуло- са 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-

¹ 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 нолинчи 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 I-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 қўра коинтеграция тенгламалари сони	Хусусий қиймат	Кузатув статистикаси	Критик қиймат (5% да)	Эҳтимоллик
LGDP ва LTA				
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				
LGDP ва LTR				
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 қўра, 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 коинтеграция тенгламалари сони	Хусусий қиймат	Максимал хусусий қиймат статистикаси	Критик қиймат (5% да)	Эҳтимоллик
LGDP ва LTA				
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				
LGDP ва LTR				
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 бирига интилиб боришини кўрсатади.

Энди ўзгарувчилар орасидаги қисқа муддатли боғлиқликни текшириш учун ЕСМ моделини қўлаймиз. ЕСМ моделини баҳолаш учун Акайке (Akaike AIC) ва Шварц (Schwarz SC) мезонларидан¹ фойдаланиб, муносиб лаг² 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	Коэффициент	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

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

² 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:

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

Ифодадаги ўзгарувчилар ва уларнинг олдидаги коэффициентларни 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 аҳамиятлилиқ 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 қўлайтириш заруриятини белгилайди.

Моделнинг сифат кўрсаткичлари статистик мезонларга бўлган талабларга тўлиқ жавоб беради, масалан, детерминация коэффиценти 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 (ТА) ўрнига туризм тушумлари (TR) учун ECM моделини қўллаймиз (7-илова).

3.8.-жадвал

ECM модели коэффицетлари

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-харажатлар 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 қўшни (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.

3.9.-жадвал

**Ўзбекистонга ташриф буюрувчилар сони бўйича
етакчи давлатлар¹**

№	Давлатлар	Ташриф буюрувчилар сони, киши	Умумий таш- риф буюрувчи- лар сониди 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.

¹ 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 коэффициентлари ҳамда тавсифий (дескриптив) статистикани кўриб чиқиш лозим (3.10. — жадвал). Корреляцион таҳлил барча корреляция коэффициентлари мантиқан кутилган натижаларга мослигини тасдиқлади.

3.10.-жадвал

Тавсифий статистика

Ўзгарувчи	Ўртача қиймат (стандарт оғиш)	Танланма	lnTA билан 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 натижа-лари 3.11. — жадвалнинг 1 - устунида келтирилган. Нати-жаларга кўра, тенглик маълумотлар базасига мос ва турист-тик оқимлардаги ўзгаришларнинг деярли 2/3 ($R^2=0,63$) қис-мини асослай олади.

Регрессиялар натижаларини изоҳлар эканмиз, Ўзбекис-тоннинг туризми ўсишида давлатлар орасидаги масофа, умумий чегаралар мавжудлиги, виза талабларини енгиллаш-тириш, 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 қуйидаги 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 йўллари-нинг 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

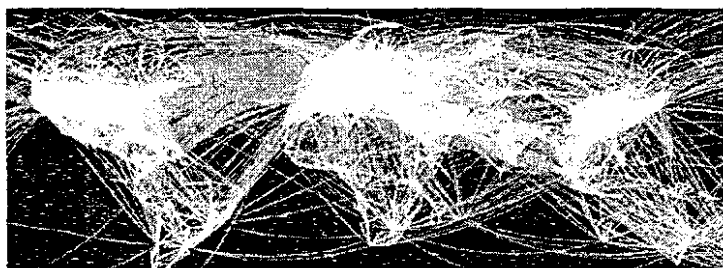
Регрессиялар натижалари

	Model (1)	Model (2)	Model (3)
	OLS	Tobit regression	Heckman selection
lnD	-2,127***	-1,633***	-0,886***
	(0,322)	(0,271)	(0,282)
lnY	0,802***	0,706***	0,658***
	(0,176)	(0,121)	(0,114)
LOCK	0,466	0,267	-0,063
	(0,490)	(0,406)	(0,353)
BORDER	3,187***	3,885***	5,061***
	(1,086)	(1,120)	(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, Heckman 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 сустлиги кўриниб турибди. Шундай қилиб, туристик оқимлар глобал интенсивлиги харитаси ҳам олинган натижалар ўринли эканлигини яна бир карра тасдиқлайди.

Бундан ташқари гравитация модели Ўзбекистон туристик 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 қўшимча 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 мамлакатларини киритиш мумкин.

Шунингдек, ўрта ва узоқ муддатли истиқболда ўзбек туристик маҳсулотининг тарғиботи учун МДХ давлатларининг имкониятлари Шарқий Европа мамлакатларидан асло кам эмас (5%дан 30%гача)лигини эътибордан қочирмаслик лозим. Зеро, донор мамлакатдан Ўзбекистонга чиқувчи туристик оқим ҳажмини белгилловчи энг муҳим омиллар МДХ мамлакатлари учун қулай шароитда дейишга тўла ҳақлимиз. 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, Жанубий Корея сингари Осиё давлатлари бозори мамлакатларимиздаги умумшарқона анъаналар ва қадриятлар, мустаҳкам иқтисодий ҳамкорлик, қулай географик жойлашув, аynиқса, 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 олинishiга гувоҳ бўлдиқ. 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:

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

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

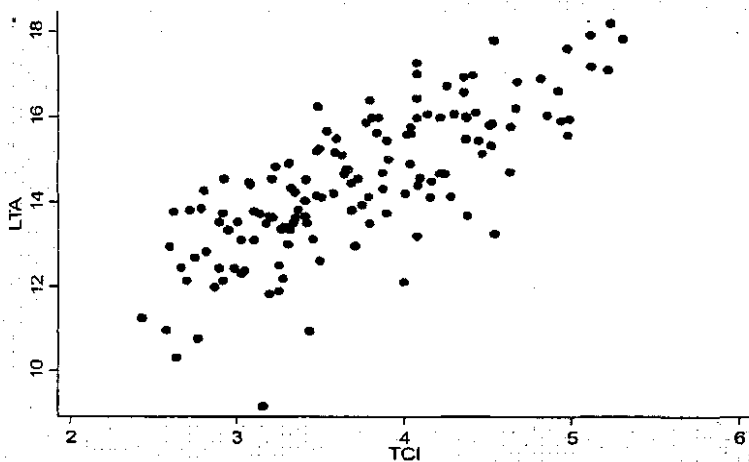
ифодани 140 та давлатдан иборат шартли танланма воситасида баҳолаймиз. Энг аввало ўзгарувчилар орасидаги корреляция кўрсаткичлари аниқланди (3.12.-жадвал). Корреляцион таҳлил халқаро ташриф буюрувчилар сони (ТА), халқаро туризм тушумлари (TR) ва рақобатбардошлик индекси (ТСІ) орасида кучли корреляцион 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	-	-	-0,1	1,00													
	0,04	0,03															
K2	0,14	0,15	0,53	0,01	1,00												
K3	0,34	0,28	0,71	-	0,48	1,00											
				0,05													
K4	0,35	0,35	0,81	-	0,59	0,72	1,00										
				0,11													
K5	0,62	0,71	0,86	-	0,6	0,82	0,83	1,00									
				0,08													
K6	0,28	0,28	0,69	-	0,38	0,48	0,65	0,57	1,00								
				0,16													
K7	0,48	0,54	0,69	-	0,30	0,48	0,59	0,57	0,57	1,00							
				0,16													

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

Халқаро ташриф буюрувчилар сони билан туризм рақобатбардошлиги индекси орасидаги боғлиқлик характери аниқлаш учун уларни скаттер-диаграмма кўринишида тасвирлаймиз (3.10.-расм). Бунда ўзгарувчилар орасида чизиқли 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 ишончилигини назорат қилиш учун олинган мамлакатлар ЯИМ ва аҳолиси сони ўзгарувчилари киритилди. Ўзгарувчилар барча регрессияларда ишора ва статистик аҳамиятлилиқ 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 оқимига салмоқли таъсир кўрсатади. Яъни, TCI нинг 1 стандарт оғиш ҳажмига юқори бўлиши, мамлакатга туристлар оқими ҳажмини 1,33 % га ошишига мувофиқ келади. Худди шундай, бошқа субиндексларнинг 1 стандарт оғиш ҳажмига ўсиши туристик оқимларнинг жадвалдаги қийматларга мос равишда юқори бўлишини кўрсатди.

Натижаларга 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 маҳсулотга 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 эътиборга олган ҳолда танланмадан бу давлатларни истисно қилиш асосида регрессиялар амалга оширилди. Бироқ, бунда натижаларда сезиларли ўзгаришлар кузатилмади. Бундай ҳолат 3.12.-жадвалда келтирилган натижалар қатъий, ишончли ва холис эканлини англатади.

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

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

Изоҳ: *Ўзбекистоннинг табиий-жўгрофий 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. Республикамининг қулай қуруқ иқлими, бетакрор табиий ландшафти, ноёб меъморий ёдгорликлари, қадимий миллий таомлари ўз навбатида экотуризм, гастронимик, фаол ва саргузашт-ли, тоғ-чанғи, конгресс, тиббий ҳамда туризмнинг кўплаб бошқа турларини йил давомида ривожлантириш имкони-ни беради.

Бундан ташқари, янги туристик ташкилотларнинг ту-ризм бозорига кириш (бизнесни ташкил этишга сарфла-надиган 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 қобилия-ти паритети, туризмнинг давлат томонидан устуворлаш-тириш, ҳаво йўллари, темирйўл ва автомобиль транспорти инфратузилмаси, таълим тизими сифати, соғлиқни сақ-лаш тизими каби индекслар ҳам Ўзбекистоннинг туризм соҳасидаги рақобатбардошлигини янги поғоналарга кўта-ришда муҳим ўрин тутмоқда.

Давлатимизда халқаро туризм ривожланишининг ижо-бий томонлари билан биргаликда, уни чекловчи омилларга туризм инфратузилмасининг (меҳмонхоналар, банкоматлар, енгил автомобиль ижараси) миқдорий кўрсаткичларининг нисбатан пастлиги, виза олиш, шунингдек, туристларни кутиб олиш ва кузатиш билан боғлиқ жараёнлардаги қи-йинчиликлар, атроф-муҳитни ҳимоя қилиш халқаро кон-венцияларининг ратификацияси, миллий туризм ташвиқо-ти, Интернетдан фойдаланиш интенсивлиги пастлиги ка-билар (*3.14.-жадвал*) республикаимизда туризмнинг қисқа муддатларда равнақ топишига тўсиқ бўлмоқда. Ўзбекистонда 2015 йил 1 январь ҳолатига сайёҳларни жойлаштириш муас-сасаларининг 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 карточкаси) 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>		
CO ₂ 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.

Республикамызда 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 аниқланди¹.

Ўзбекистонда ҳудудий номутоносиб 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, Туркменистон Республикалари, Россия Федерацияси, Туркия, Корея Респуб-

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

ликаси, Ҳиндистон, Хитой, Эрон ва Германиялик сайёҳлар етакчилиқ 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 аниқлатади.

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, Кувайт каби Яқин Шарқ давлатлари (40%дан ортиқ) кўрсатилди.

Ундан ташқари, давлатлараро регрессиялар воситасида халқаро туризм бозоридаги рақобатбардошлиқ даражасининг халқаро туристлар оқимига таъсир кўрсатиш хараكتери 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.-жадвалда 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.¹ Шунингдек, туризмнинг бозор омилларига асосланиб ривожланиши атроф-муҳит ва ижтимоий барқарорликка жиддий хавф солади. Жаҳон тажрибасидан маълумки, туризм тармоғининг бетартиб ривожланишини чеклаш, табиий ва маданий бойликларни келажақ 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 бозоридаги турли салбий таъсирлардан ҳимоя қилишни таъминлайди.

Туризмнинг бундай кенг қамровли ижобий таъсирлари са-

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

бабли унинг ривожланишини тартибга солишда давлат иштироки талаб қилиниши ва қулайлик ва имтиёзлар тақдим қилиниши кўринишидаги эътибор қаратилишига мустаҳкам асос яратади. Зотан, соҳа бўйича норматив-ҳуқуқий ва солиққа тортиш тартибларини такомиллаштириш, шунингдек, соҳа инфратузилмасига давлат ва хусусий сектор инвестицияларини рағбатлантириш ҳамда кадрларни тайёрлаш каби стратегик юмушларни давлат ўзининг туризм ривожланишини тартибга солишдаги муҳим вазифалари қаторига киритди.

Жаҳон ва хусусан Ўзбекистонда туризм ривожланиши тенденциялари ҳамда прогнозлаштиришда қўлланилган кўрсаткичлар динамикаси таҳлилларига асосланиб, юртимизда туристик дестинация ҳаёт циклининг тақдимот босқичи якуни ва ўсиш босқичи бўсағасида турганлиги аниқланди. Тақдимот босқичида маҳаллий аҳоли сайёҳларни ўзлари жалб қила бошлайдилар. Туристлар сонининг ортиб бориши, қўшимча даромадларнинг кўпайиши ўз навбатида маҳаллий ҳокимият органларини жойлардаги инфратузилмани ривожлантиришга 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 сифатли кадрларга эҳтиёж кучайиши кузатилади.

Давлатнинг барқарор туризм ривожланишини таъминлаш учун изчил сиёсатини шакллантириш бўйича қатор давлатлар тажрибасини ўрганиш давомида узоқ муддатга стратегик режалаштириш ва илмий асосланган прогнозларнинг аҳамияти ортиб бораётгани кузатилади.

Ўзбекистонда туризм ривожланиши прогнозлари расмий манбаларда келтирилган ахборотлар ва тадқиқотда қўлланган моделлар натижалари асосида ишлаб чиқилди (4.1.- *жадвал*). 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 имконияти 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
прогноzlари*

	2015	2020	2025	2030
Муаллиф ҳисоб-китоблари				
Прогноз (млн. киши)	1,917	2,963	4,622	7,046
Ўсиш суръатлари (%да)		9,1	9,3	8,8
Жаҳон Туризм ва сайёҳлик қўмитаси (WTTC) прогноzlари¹				
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 этади. Ушбу прогнозлар қуйидаги фаразларга асосланади ва амалга ошиши айрим шартларнинг бажарилишига тўлиқ боғлиқ:

- жаҳонда ва Ўзбекистонда туризм ривожланишида кечаётган тенденциялар кескин ўзгармайди;

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

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

- республикаmизда 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. Юқорида 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 бозорида 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 чоратадбирлар 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 ҳаминча 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-ҳаракатлар 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-

жаради¹. 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 таъкомиллаштириш. 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 бўйсунмиш ҳолатидир. Бундай фавқулодда ҳолатларда туризмни ривожлантиришга етарли эътибор ўз вақтида кўрсатилмаслиги мумкин².

Туризм хизматлари бир қатор иқтисодиёт тармоқлари

¹ Shkolnikov, A.(2010). Beyond individual success stories: Promoting entrepreneurship through institutional reform. The economic reform feature service (CIPE's online article distribution service).

² 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 тadbиркорлар 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 жоиз¹. 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, сўнгги

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

йилларда ҳар уччала давлатнинг Миллий туризм маъмуриятларининг фаолияти сустлашгани сезилади, бу эса туризм ривожланиши барқарорлигида акс этиш хавфини оширади.

Тадқиқотимиз шуни кўрсатдики, биздаги вужудга келиб шаклланган мавжуд аҳвол ҳам ҳукуратимиз қўйган илгор 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 ҳисобланади¹;

¹ 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 таклиф этилади.

Таклиф 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 ўрناк 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 тасдиқланди¹.

Меҳмонхона ва ресторанларда классификация тизими-ни жорий қилиш. Ҳозирги даврда қўплаб мамлакатлар меҳмонхона хизматлари сифатини ошириш воситаси сифатида меҳмонхона сертификацияси тизимидан кенг фойдаланади. Ушбу тизим сайёҳларга турли хил меҳмонхоналар таклиф этаётган хизматлар сифати тўғрисида умумлашган ахборот бериш вазифасини бажаради. Сертифи-

¹ 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 махсулот, жараён ёки хизматнинг махсус талабларга жавоб беришини тасдиқлаш ва махсус сертификат берилиши билан якунланадиган 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 олинishiга ёрдам бериши;

Сертификатлаш фавқулудда 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);

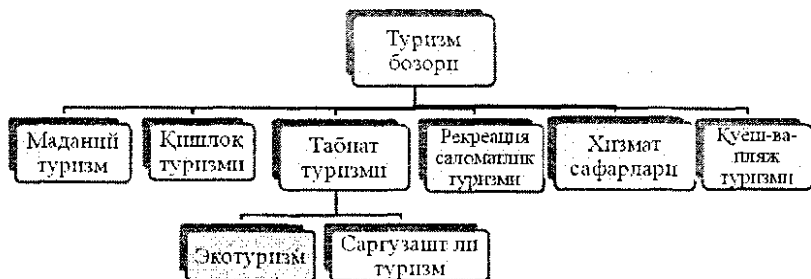
- хизматлар сифати.

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, консьерж¹нинг 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).

¹ Консьерж — француз тилидаги «conscièrge» сўзидан олинган бўлиб, зиммасига меҳмонхонадаги меҳмонларни барча зарур қулай шарт-шароитлар билан таъминлаш юклатилган ходим.



4.4.-расм. Туризм бозор сегментлари туркумлари¹

Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, экотуризм қишлоқ ва маданий туризмга фаол туризмга нисбатан кучлироқ боғланган¹. 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 яхшилайдиги, 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-

¹ <http://www.ecotourism.org/>

² Wood, M.E.(2008) Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability/www.uneptie.org/tourism/home.html

ларда фаолият кўрсатувчи гидлар (экскурсия етакчилари)-ни тайёрлаш, қўриқхона 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 юртининг 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 Бўстонлиқ 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 республикамизнинг 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 терминаллари ўз ичига олади.

Туризм — сайёҳлик хизматларини ташкил этишда, энг аввало, туристлар, биринчи навбатда хорижликлар жойлаштириладиган меҳмонхоналарда, овқатланиш шохобчаларида, мамлакатимиз ҳудуди бўйлаб ҳаракатланишда, туризм объектиларига ташрифларни уюштиришда туристлар ва экскурсантларнинг ҳаёти ва соғлиғи 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 туризмини ривожлантиришда катта аҳамиятга эга.

Автомашина ижараси хизматларини ташкил этиш. Бугунги кунда дунёнинг 169 давлатида енгил автомашина 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 тарзда амалга оширилиб, 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, Беларусь, 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 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 вон¹ бўлган автомобилга зарар етказилса, уни тузатишга 3 кун вақт талаб қилинса (50000 х 3 = 150000), арендага олувчидан 75 000 вон қийматида зарарни қоплаши талаб этилади.

¹ 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.

Туристик 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, айтилиши мумкин, унинг янги экологик ва гастрономик турлари бозорини ҳам ўзлаштириш керак бўлади. Туризм маҳсулотларини диверсификациялаш ва уларнинг жозибadorлигини ошириш учун бошқа минтақалараро ҳамкорликни кенг йўлга қўйиш тавсия этилади.

Тадқиқот давомида глобал интернет тармоқларида Хоразмга ташриф буюрган аксарият сайёҳлар Қорақалпоғистондаги Аёз қалъага ҳам саёҳат қилганликлари ва ундан унутилмас 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 юкласини камайтиришга эришилади.

Хавфсизликни таъминлаш. Тоғолди дам олиш ҳудудларида туризмни ривожлантириш айна 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.

Қўнгилочар 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 қўнгилочар хизматларни ташкил этиш талаб қилинади. Сўнгги 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 биргаликда, истироҳат боғларида жонли «Китоблар олами», «Эртақлар олами»ни ташкил этиш ва куннинг маълум соатларида жонли қўғирчоқли ўйинларни, мусиқий тадбирларни ташкил этиш сингари қўнгилочар ресурслардан фойдаланиш доирасини кенгайтиради.

Тошкент вилоятида туризм соҳаси тадбиркорлари ва ма-

ланият 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 бепарқлик 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 топганди¹. 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-

¹ 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, 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, www.ecotourism.org, www.shermanstravel.com, www.monkeysandmountains.com, www.greenglobaltravel.com, 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 таҳлиллارга 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 этилади¹:

¹ 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 хатга илова қилинган (монография муаллифи тадқиқоти доирасидаги) таҳлилий ахборотномаси.

1. Туризмни тартибга солувчи давлат институтларини такомиллаштириш.

2. Меҳмонхона ва ресторанларда классификация тизимини жорий қилиш.

3. Табиий 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 маданий 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 прогнозлаштириш 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 қўллаб-қувватловчи олимларнинг таърифларига асосланиб, ушбу концепцияга қуйидаги 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 тутди. 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. Бугунги кунда жаҳон амалиётида кенг қўлланнаётган 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 прогнозлаштириш бўйича тадқиқотлар ўтган асрнинг 60-йилларида бошланиб, ўтган даврда бу соҳада кўплаб прогнозлаш моделлари ишлаб чиқилди. Туризм талабини моделлаштиришнинг назарий асосларини унга 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 беқийс 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. Ер қуррасидаги 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 шакллانганлиги 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 жозибадорлигини 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 сўмли 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 раванқ 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 савҳат 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, ҳусусан, 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 республикаимизда 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 ЛУҒАТИ

Акайке ва Шварц мезонлари	Akaike (AIC) Schwarz (SC) 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 талбирларни кўрсатиш
бефарқлик чизиги	indifference curve	икки гуруҳ товар истеъмол қилинганда, бир хил наф олинадиган нуқталар тўплами
бозор диверсификацияси стратегияси	Market Diversification strategy	турли мавсумларда маркетинг кампанияларини уюштириш билан турли бозор сегментларига мурожаат қилиш
бюджет чизиги	budget line	муайян даврда истеъмолчининг 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 чора-тадбирлари
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 тўплагма 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 тутди
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 тадқиқ этиш
скаттер-диаграмма	Scatter-diagram	икки ўзгарувчи орасидаги алоқадорликни график тарзда ифодалаш
тасодифий таъсири 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 олинадиган даромадлар, иқтисодий тармоқлари диверсификацияси, иқтисодий ўсишни фаоллаштириш ва бошқа масалаларга бўлган таъсирини қамраб олади
туризмнинг беvosита 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 харажатлари бево- сита келиб тушадиган туристик хизматлар кўрсатувчи корхоналар ўз талабларини қондириш мақса- дида банк, коммунал, қурилиш- таъмирлаш, алоқа, тиббиёт ва сугурта, озиқ-овқат ва саноат маҳсулотлари сотиб олишга қилинган харажатлари
туристик дестинация ҳаёт цикли	tourism destination life cycle	дестинациянинг кашф этиш, тақдимот, ривожланиш, консо- лидация ва стагнация босқичла- ридан 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 нотасодиқий 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 ташқарисидаги ёки норезидентларнинг мамлакат ичидаги фаолиятини ўз ичига олади
хетерокедастиклик	heteroscedasticity	танланмадаги кузатувлар бир жинсли эмаслигини билдиради, бунда эконометрик моделдаги тасодиқий хатолар дисперсияси катта бўлади ва натижалар ишончилиги 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) саёҳатта чиққан ташриф буюрувчи
экспоненциал текислаш	exponential smoothing	танланмада аввалги кузатувларга янги кузатувларга нисбатан кам улуш ажратиш йўли билан қисқа муддатли истиқболни прогноз-лаштиради.
экстрополяция	Extrapolation	кўрсаткичларнинг ўтган даврлардаги ўзгариш тенденциялари ахборотларидан фойдаланиб истиқболдаги қийматларини аниқлаш усули

UOHBTO	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 коэффицентлари тўғрилигини баҳоловчи мезонлар
VAR model	Vector Autoregressive Model	Вектор авторегрессив модели
WCED	World Commission on Environment and Development	Жаҳон атроф-муҳит ва тараққиёт кенгаши

ФЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎХАТИ

1. Каримов И.А. 2015 йил иқтисодийетимизда 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 ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси»// Халқ сўзи, 2010 йил 12 ноябрь.

4. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон 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., Варвашян 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 Sarmento / Springer Science & Business Media, 16, 2009.

19. Advisory Commission for Tourism (Beratende Kommission

für 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.

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. Garhn-Munoz T., 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 Wüger, 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

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.

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 номи	Қабул қилинган йил	Амал қилиш 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
Туркманистон	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**

Давлатлар номи	Нашр қилинган йил	Муддати й.й.
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**

I мезон: Ишбилармонлик муҳити
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
II мезон: Экологик барқарорлик
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
III мезон: Хавфсизлик
3.01. Бизнеснинг терроризм билан боғлиқ харажатлари

3.02. Ички ишлар хизматларининг ишончлилиги
3.03. Бизнеснинг жиноят ва зўравонлик билан боғлиқ харажатлари
3.04. Йўл ҳаракати ҳолисалари
IV мезон: Саломатлик ва гигиена
4.01. Шифокорлар нисбати
4.02. Сифатли санитария хизматлари билан таъминланганлик
4.03. Тоза ичимлик суви билан таъминланганлик
4.04. Шифохона ўринлари
V мезон: Туризм устуворлиги
5.01. Туризм индустриясини давлат томонидан устуворлаштирилиши
5.02. Давлатнинг туризмга харажатлари (давлат бюджетидаги 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

VI мезон: Ҳаво транспорти инфратузилмаси
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
VII мезон: Ер усти транспорти инфратузилмаси
7.01. Йўллар сифати

7.02. Темирйўл инфратузилмаси сифати
7.03. Порт инфратузилмаси сифати
7.04. Маҳаллий транспорт тизими сифати
7.05. Йўл зичлиги
VIII мезон: Туризм инфратузилмаси
8.01. Меҳмонхона хоналари сони
8.02. Асосий автомобил ижараси компаниялари мавжудлиги
8.03. Виза карточкаларига хизмат кўрсатувчи банкоматлар сони
IX мезон: Ахборот технологиялари инфратузилмаси
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
X мезон: Нарх рақобатбардошлиги
10.01. Авиабилет баҳоси ва аэропорт тўловлари
10.02. Харид қобилияти
10.03. Солиқчилик кўлами ва таъсири
10.04. Ёқилғи баҳолари
10.05. Меҳмонхона нархлари

**Туризм соҳасининг маданий, табиий ва инсон ресурслари
субиндексини ўлчаш мезонлари**

XI мезон: Инсон ресурслари
11.01. Бошланғич таълим қамрови
11.02. Ўрта 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
XII мезон: Туризм соҳасига мойиллик
12.01. Туризм очiqлиги
12.02. Аҳолининг хорижли ташриф буюрувчиларга муносабати
12.03. Хизмат сафарлари узайтирилиши тавсия этилиши
12.04. Мижозга йўналтирилганлик даражаси
XIII мезон: Табиий ресурслар
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
XIV мезон: Маданий ресурслар
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 (0.08128) [4.63783]	
C	-11.59982	
Error Correction:	D(LGDP)	D(LTR)
CointEq1	-0.057517 (0.01279) [-4.49781]	-0.800767 (0.34227) [-2.33956]
D(LGDP(-1))	-0.050948 (0.26187) [-0.19455]	-17.17575 (7.00917) [-2.45047]
D(LGDP(-2))	0.291289 (0.21023) [1.38555]	14.02733 (5.62704) [2.49284]
D(LTR(-1))	0.042975 (0.01283) [3.34962]	0.877093 (0.34340) [2.55415]
D(LTR(-2))	0.034629 (0.01010) [3.42900]	0.172991 (0.27030) [0.64000]
C	0.068352 (0.02018) [3.38706]	0.350787 (0.54014) [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-илова

**Ўзбекистоннинг халқаро туризм рақобатбардошлиги (ВЭФ)
2008 йил рейтингдаги кўрсаткичлар ўрни**

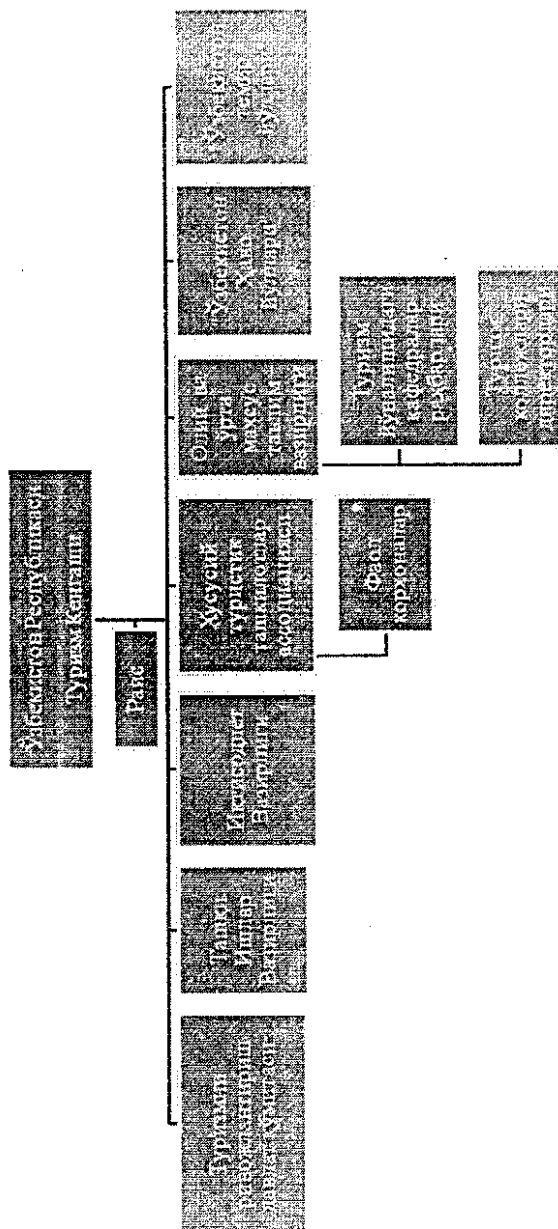
	Кўрсаткич	Рейтингда ги ўрни (130 дан)
Умумий рейтингдаги ўрни		90
I мезон	Қонунчилик ва ҳуқуқий тартибга солиш	64
1.01.	Хорижий мулк тарқалганлиги	83
1.02.	Хусусий мулкчилик ҳуқуқи	95
1.03.	Қонунчиликнинг тўғридан-тўғри хорижий инвестицияларга таъсири	74
1.04.	Виза талаблари	110
1.05.	Икки томонлама Ҳаво хизматлари келишуви очиклиги	61
1.06.	Давлат сиёсати оидинлиги (транспарентлиги)	89
1.07	Бизнесни ташкил этиш учун зарур вақт	24
1.08.	Бизнесни ташкил этиш учун зарур маблағ	65

II мезон	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 концентратсияси	95
2.06.	Хавф остида қолган турлар	82
2.07.	Атроф-муҳит конвенциялари ратификацияси	123
III мезон	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
IV мезон	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
V мезон	Туризм устуворлиги	64
5.01.	Туризм индустриясини давлат томонидан устуворлаштирилиши	24
5.02.	Давлатнинг туризмга харажатлари (давлат бюджетидаги улуши, %)	Маълумот йўқ
5.03.	Туристларни жалб қилишда маркетинг ишларининг самарадорлиги	57
5.04.	Туристлик кўргазмаларда иштирок этиш	111
VI мезон	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
VII мезон	Ер усти транспорти инфратузилмаси	73
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
VIII мезон	Туризм инфратузилмаси	130
8.01.	Меҳмонхона хоналари сони	114
8.02.	Асосий автомобиль ижараси компаниялари мавжудлиги	123
8.03.	Виза карточкаларига хизмат кўрсатувчи банкоматлар сони	120
IX мезон	Ахборот технологиялари инфратузилмаси	99
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
X мезон	Нарх рақобатдошлиги	12
10.01.	Авиабилет баҳоси ва аэропорт тўловлари	43
10.02.	Харид қobiliяти	17
10.03.	Солиқчилик қўлами ва таъсири	84
10.04.	Ёқилиғи баҳолари	24
10.05.	Меҳмонхона нархлари	7

XI мезон	Инсон ресурслари	44
	Бошланғич таълим қамрови	маълумот йўқ
11.02.	Урта таълим қамрови	43
11.03.	Таълим тизими сифати	32
11.04.	Маҳаллий ихтисослаштирилган талқикот 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
XII мезон	Туризм соҳасига мойиллик	81
12.01.	Туризм очиклиги	122
12.02.	Аҳолининг хорижи ташриф буюрувчиларга муносабати	68
12.03.	Хизмат сафарлари узайтирилиши тавсия этилиши	2
XIII мезон	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

XIV мезон	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

23.81
C017



ISBN 978-9943-4579-5-9

