

BARQAROR TURIZM HUDUDLARI UCHUN KO'P DARAJALI ESG KO'RSATKICHLARI TIZIMI

Maxmudova Nodira Uktamovna

Buxoro davlat universiteti

katta o'qituvchisi (PhD)

ORCID: 0000-0001-6136-5562

E-mail: mahmudova.nodira@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda barqaror turizm hududlari uchun ekologik, ijtimoiy va boshqaruv mezonlarini o'zaro bog'lovchi ko'p darajali ESG ko'rsatkichlari tizimi ishlab chiqildi. Tadqiqot davomida xalqaro standartlar, ilmiy manbalar hamda turizmni barqaror rivojlantirish bo'yicha metodik yondashuvlar tahlil qilindi. Korxonalar, hudud va milliy darajalardagi ko'rsatkichlar yagona metodologik matritsaga birlashtirildi hamda ularning o'zaro bog'liqligi asoslandi. Taklif etilgan tizim turizm hududlarida ekologik barqarorlik, ijtimoiy samaradorlik va boshqaruv sifatini kompleks baholash imkonini yaratdi. Olingan natijalar hududiy monitoringni takomillashtirish, boshqaruv qarorlarini ilmiy asoslash hamda barqaror turizmni rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish uchun amaliy ahamiyat kasb etdi.

Kalit so'zlar: barqaror turizm, ESG, ekologik ko'rsatkichlar, ijtimoiy ko'rsatkichlar, boshqaruv, hududiy rivojlanish, integral baholash, indikatorlar tizimi.

Аннотация

В исследовании была разработана многоуровневая система ESG-показателей для оценки устойчивого развития туристских территорий. Были проанализированы международные стандарты, научные публикации и методические подходы к оценке устойчивого туризма. Показатели корпоративного, территориального и национального уровней были объединены в единую методологическую матрицу, что позволило обосновать их взаимосвязь. Предложенная система обеспечила комплексную оценку экологических, социальных и управленческих аспектов развития туристских территорий. Полученные результаты подтвердили возможность применения модели при организации территориального мониторинга, совершенствовании управленческих решений и формировании механизмов устойчивого развития туризма. Исследование расширило методическую основу применения ESG-подхода в сфере туризма.

Ключевые слова: устойчивый туризм, ESG, экологические показатели, социальные показатели, управление, туристские территории, интегральная оценка, система индикаторов.

Abstract

This study developed a multi-level ESG indicator system for assessing the sustainable development of tourism destinations. International standards, academic publications, and methodological approaches related to sustainable tourism assessment were examined. Indicators at the enterprise, destination, and national levels were integrated into a unified methodological framework, and their interrelationships were

substantiated. The proposed system enabled a comprehensive assessment of environmental, social, and governance performance across tourism destinations. The findings demonstrated that the framework could support regional monitoring, improve evidence-based decision-making, and strengthen sustainable tourism management. The study contributed to the methodological development of ESG assessment in tourism and provided a practical basis for evaluating sustainable tourism development at different territorial levels.

Keywords: sustainable tourism, ESG, environmental indicators, social indicators, governance, tourism destinations, integrated assessment, indicator system.

KIRISH

Turizm haqida gap ketganda, ko'pchilik avvalo raqamlarni tilga oladi: sayyohlar soni qancha, valyuta tushumi qanaqa, mehmonxonalar band bo'ldimi. Bu tabiiy. Biroq o'sha raqamlar bitta muhim savolga javob bermaydi - o'sish hududga, uning tabiatiga va odamlariga nima olib keladi? So'nggi yillarda aynan shu savol barqaror turizm munozarasining o'zagiga aylandi.

Ekologik, ijtimoiy va boshqaruv (ESG) mezonlari mana shu bo'shliqni to'ldirish uchun maydonga chiqdi. Ammo ularni turizmga tatbiq etishda g'alati bir manzara ko'zga tashlanadi. Korxonalar o'z suv sarfini o'lchaydi, destinatsiya sayyohlar oqimini sanaydi, davlat umumlashgan statistikasi yig'adi - har biri alohida, o'z tilida, o'z mantig'ida. Vaholanki, turizm hududi yaxlit organizm: bitta mehmonxonaning xatti-harakati destinatsiya qiyofasiga, destinatsiya siyosati esa milliy ko'rsatkichlarga ko'chadi. Aynan shu uzilish - darajalar orasidagi bog'lanmaslik - turizmda ESG o'lchovining eng nozik joyi.

Muammoning ildizi metodologik. Ko'rsatkichlar ko'p, ammo ular bir-biriga gapirmaydi. Korxonalar darajasidagi ma'lumot hududda jamlanmasa, destinatsiyaning uglerod izi haqidagi hukm havoda qoladi. Hudud aholining qoniqishini o'lchab, milliy siyosat buni ko'rmasa, ijtimoiy barqarorlik mahalliy va tarqoq bo'lib qolaveradi. Demak, kerak bo'lgan narsa yana bitta ko'rsatkichlar ro'yxati emas - kerak bo'lgan darajalarni o'zaro ulaydigan tizim.

Bu mavzu O'zbekiston uchun quruq nazariy mashq emas. Mamlakatga kelgan xorijiy sayyohlar soni 2016-yildagi taxminan bir milliondan 2024-yilda sakkiz millionga chiqdi - bir yilning o'zida yigirma foizga yaqin o'sish. Buxoro kabi meros shaharlarida yuk yanada seziladi: 2024-yilda unga bir yarim milliondan ortiq xorijiy va to'rt milliondan ziyod ichki sayyoh tashrif buyurdi. Bunday oqim daromad keltiradi, biroq suv, chiqindi va obidalariga bosimni ham keskin oshiradi. Aynan shu bosim ko'rsatkichlar tizimini hashamat emas, zarurat qilib qo'yadi.

Raqamlar bu bosimni yanada aniq ko'rsatadi. Turizm xizmatlari eksporti 2023-yilda 2,14 milliard AQSH dollarini tashkil etgan bo'lsa, 2024-yilda 3,52 milliard AQSH dollarga ko'tarildi - bir yilda deyarli uchdan bir baravar o'sish. Faqat 2024-yilning o'zida mamlakatda mehmonxonalar soni yetmish foizga yaqin ko'paydi. Bunday sur'atda infratuzilma, meros va tabiiy resurslarga tushadigan yuk ham shunga yarasha ortadi. Shu vaziyatda ko'rsatkichlar tizimi - o'sishni kuzatib, uni boshqarib turadigan asbob - zarur bo'lib qoladi; usiz jadal o'sish barqarorlik kafolatiga aylanmaydi.

Ushbu maqolaning maqsadini barqaror turizm hududlari uchun ko'p darajali ESG ko'rsatkichlari tizimini ishlab chiqish deb belgiladim. Uch vazifani oldimga qo'ydim: turizmga ESG o'lchovining nazariy asosini oydinlashtirish; korxonaga, hudud va milliy daraja uchun mos ko'rsatkichlarni ajratib, ularni yagona matritsaga birlashtirish; hamda hududni tizimning markaziy bug'ini sifatida ko'rsatuvchi amaliy modelni asoslash. Mavzu O'zbekiston kabi turizmi jadal o'sayotgan mamlakatlar uchun ayniqsa dolzarb, chunki bu yerda o'sish sur'ati ko'pincha boshqaruv salohiyatidan oldinda ketmoqda. Maqola IMRAD mantig'iga amal qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

ESG (Environmental, Social and Governance) konsepsiyasi dastlab moliya sohasida shakllangan. Ushbu atama ilk bor BMT Global Kelishuvi tomonidan 2004-yilda e'lon qilingan "Who Cares Wins" hisobotida qo'llanilgan bo'lib, investorlar uchun uzoq muddatli risklarni baholash vositasi sifatida tavsiya etilgan [3]. Keyingi yillarda ESG yondashuvi korporativ boshqaruv, moliyaviy hisobot, oliy ta'lim va turizm sohalariga bosqichma-bosqich tatbiq etildi. Biroq korporativ daraja uchun ishlab chiqilgan ESG tamoyillarini turizm manzillari va hududlarini baholashga moslashtirish masalasi ilmiy adabiyotlarda dolzarb yo'nalishlardan biri bo'lib qolmoqda.

Barqaror turizm konsepsiyasi Birlashgan Millatlar Tashkilotining Barqaror rivojlanish maqsadlari bilan uzviy bog'liq hisoblanadi. Xususan, u munosib mehnat, barqaror shahar va aholi punktlari hamda mas'uliyatli ishlab chiqarish va iste'mol maqsadlarini qo'llab-quvvatlaydi. Shu sababli turizm rivojlanishini baholashda faqat iqtisodiy natijalar emas, balki ekologik barqarorlik, ijtimoiy farovonlik va madaniy merosni saqlash bilan bog'liq ko'rsatkichlardan ham foydalanish zarur. Mazkur yondashuv ESG konsepsiyasining turizm sohasidagi amaliy ahamiyatini yanada oshiradi.

Barqaror turizmni baholash bo'yicha xalqaro me'yoriy asos Global Sustainable Tourism Council (GSTC) tomonidan ishlab chiqilgan destinatsiya mezonlariga tayanadi. Ushbu mezonlar boshqaruv, ijtimoiy-iqtisodiy ta'sir, madaniy merosni muhofaza qilish hamda ekologik barqarorlik yo'nalishlarini qamrab oladi va Barqaror rivojlanish maqsadlari bilan uyg'unlashtirilgan [1].

So'nggi yillardagi ilmiy tadqiqotlarda ESG ko'rsatkichlarini turizm sohasiga moslashtirish bo'yicha turli yondashuvlar ilgari surilgan. Bernard va hammualliflari mehmondo'stlik sanoatida ESG hisobotlari asosan tashqi manfaatdor tomonlarga yo'naltirilgani, ichki manfaatdor tomonlarning ehtiyojlari esa yetarli darajada aks ettirilmayotganini qayd etganlar [4]. Camilleri esa ESG ko'rsatkichlarining ahamiyati mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanish darajasi, institutsional muhit va boshqaruv xususiyatlariga bog'liq ravishda farqlanishini asoslagan [5]. Ushbu xulosalar turizm destinatsiyalarini baholashda hududiy xususiyatlarni hisobga olish zarurligini ko'rsatadi.

Barqaror turizmni baholashda xalqaro reyting va indekslardan foydalanish amaliyoti ham kengaymoqda. Reyting tizimlari hududlarni o'zaro taqqoslash imkonini bersada, ayrim tadqiqotlarda ular ixtiyoriy hisobotlar va o'zini o'zi baholash

ma'lumotlariga tayanishi sababli natijalarning to'liqligi va xolisligiga ta'sir qilishi mumkinligi qayd etilgan. Shu bois reyting natijalarini hududning haqiqiy ekologik, ijtimoiy va boshqaruv ko'rsatkichlari bilan birgalikda baholash tavsiya etiladi.

ESG konsepsiyasining nazariy asoslaridan biri manfaatdor tomonlar nazariyasi hisoblanadi. Mazkur nazariyaga ko'ra, tashkilot faoliyati uning manfaatdor tomonlari manfaatlari bilan uyg'un holda tashkil etilishi lozim [6]. Turizm sohasida ushbu yondashuv mahalliy aholi, davlat boshqaruvi organlari, biznes subyektlari va tabiiy muhit manfaatlarini kompleks hisobga olishni talab etadi. Destinatsiya darajasida barqaror turizm indikatorlarini tizimlashtirish masalalari Torres-Delgado va Saarinen tomonidan tadqiq etilgan [7], Rasoolimanesh va hammualliflari esa ushbu indikatorlarning Barqaror rivojlanish maqsadlari bilan o'zaro bog'liqligini ilmiy asoslaganlar [8].

METODOLOGIYA

Tadqiqotim sifat xarakteriga ega. Bitta ekonometrik koeffitsiyentni baholashni maqsad qilmadim; aksincha, keyinchalik empirik sinovga yaroqli bo'lgan tuzilgan ko'rsatkichlar asosini qurishga urindim. Buning uchun kontent tahlili, qiyosiy tahlil, tasniflash va tizimli modellashtirishni birlashtirdim. Bunday yo'l o'rinli, chunki rivojlanayotgan turizm hududlarida ESG ko'rsatkichlari hali shakllanish bosqichida va birinchi vazifa - tushunchaviy aniqlik o'rnatish.

Manba sifatida xalqaro barqarorlik standartlari, ESG-hisobot ramkalari, turizm boshqaruvi bo'yicha ilmiy nashrlar hamda milliy strategik hujjatlardan foydalandim. Tanlashda uch mezonga amal qildim: manba turizm yoki ESG o'lchoviga aloqador bo'lsin; u ko'rsatkich yoxud metodik yo'riqnoma bersin; hamda ko'p darajali hududiy tizimga moslashuvchan bo'lsin. Ustuvorlikni UN Tourism, GSTC, GRI nashrlariga va taqrizdan o'tgan ishlarga berdim [1][2].

Ish ketma-ketligi quyidagicha kechdi. Avval ESG samaradorligini uch o'lchamga - ekologik, ijtimoiy va boshqaruvga ajratdim. So'ng o'lchovning uch darajasini - mikro (korxonaga), hudud (destinatsiyaga) va makro (milliy iqtisodiyot) darajasini aniqladim. Keyin har bir ko'rsatkichni besh mezon bo'yicha sinovdan o'tkazdim: o'lchanuvchanlik, ESGga aloqadorlik, ma'lumot mavjudligi, hududlararo taqqoslanuvchanlik va boshqaruv qarori uchun foydalilik. Nihoyat, darajalar orasidagi bog'lanishlarni shakllantirib, ularni yagona matritsaga jamladim. Bu yerda bir tamoyilga qat'iy amal qildim: ozgina ishonchli ko'rsatkich, hisobotda bo'sh qoladigan uzun ro'yxatdan afzalroq.

Kelgusi empirik qo'llash uchun sodda ballash usulini nazarda tutdim. Har bir miqdoriy ko'rsatkichni normallashtirish orqali 0-100 shkalasiga keltirish, sifat ko'rsatkichlarini esa ekspert bahosi yoki muvofiqlik ro'yxati orqali o'lchash mumkin. Bu o'rinda aniq vazn va raqamlarni oldindan majburlashdan ataylab tiyildim: metodologiyaning vazifasi - mustahkam asosni qurish; uni to'ldirish keyingi, empirik ishning zimmasida qoladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Taklif etayotgan tizim bitta oddiy, ammo ko‘pincha unutiladigan farazdan boshlanadi: turizm barqarorligi bir vaqtning o‘zida bir necha darajada ishlab chiqariladi. Korxonalar o‘z samaradorligini oshirishi mumkin, biroq destinatsiya g‘avjumlikdan yoki chiqindi infratuzilmasi yetishmasligidan aziyat chekaveradi. Hudud ajoyib strategiya yozishi mumkin, ammo milliy statistika taqqoslanadigan ma‘lumot to‘plama, o‘sha strategiyadan saboq chiqmaydi. Demak, ESG ko‘rsatkichlarini ham vertikal, ham gorizontal tizimlashtirish shart (1-rasm).

Har bir darajada: E – ekologik · S – ijtimoiy · G – boshqaruv



1-rasm. Barqaror turizm hududlari uchun ko‘p darajali ESG asosining tuzilishi¹.

Vertikal tizimlashtirish mikro, hudud va makro darajalarni ulaydi - u ma‘lumot yuqoriga qanday ko‘tarilishini va siyosiy signal pastga qanday tushishini tushuntiradi. Gorizontal tizimlashtirish esa har bir daraja ichida ekologik, ijtimoiy va boshqaruv o‘lchamlarini bog‘laydi. Bu ikkinchisi muhimdir. 1-jadval har bir darajaning tahliliy vazifasini umumlashtiradi.

1-jadval

Ko‘p darajali ESG asosining umumiy mantig‘i²

Daraja	Baholash obyekti	Asosiy ESG vazifasi	Ma‘lumot manbalari
Mikro (korxonalar)	Mehmonxona, tur-operator, restoran, transport	Operatsion ESG samaradorligini o‘lchash	Kommunal hisoblar, HR yozuvlari, mijoz so‘rovlari
Hudud (destinatsiya)	Turizm hududi, tuman, shahar	Hudud tizimi barqarorligini baholash	Mahalliy statistika, DMO ma‘lumoti, aholi so‘rovi
Makro (milliy)	Milliy turizm iqtisodiyoti va siyosati	Milliy muvofiqlik va siyosat samarasi	Milliy statistika, vazirlik ma‘lumoti, SDG hisoboti

¹ Manba: muallif ishlanmasi.

² Manba: xalqaro standartlar asosida muallif tomonidan tuzilgan [1][2].

Har qanday tizim ma'lumotdan boshlanadi, ma'lumot esa avvalo mikro darajada tug'iladi. Elektr sarfi, suv, chiqindi, xodim malakasi, mijoz qoniqishi - bularning barchasini korxonada hosil qiladi. Agar shu raqamlar korxonada darajasida yig'ilmasa, yuqoridagi butun hisob-kitob puturdan ketadi. Turizm korxonasini faqat xizmat ko'rsatuvchi emas, faol ma'lumot ishlab chiqaruvchidir. Kichik va oilaviy mehmonxonalar murakkab hisobot yozolmasligi mumkin; ammo ular sodda ESG-registr yuritib, minimal talablarga muvofiqligini bema'lol ko'rsata oladi.

Endi eng muhim da'voga kelaman. Uch darajaning barchasi zarur bo'lsa-da, ular teng emas. Tizimning yuragi - hudud darajasi. Korxonada esa yolg'iz o'zi hududni o'zgartira olmaydi. Aynan destinatsiya - korxonada ma'lumoti jamlanadigan va milliy siyosat amalga oshadigan tugun. Shu bois hudud ko'rsatkichlariga alohida e'tibor qaratildi (2-jadval).

2-jadval

Hudud (destinatsiya) darajasidagi ESG ko'rsatkichlari¹

O'lcham	Ko'rsatkich	O'lchash mantig'i va boshqaruvdagi ahamiyati
Ekologik (E)	Turizm suv bosimi	Turizm suv sarfi / mahalliy zaxira - arid hududlarda hal qiluvchi
Ekologik (E)	Meros va ekotizim yuki	Bir obyektga sayyohlar / sig'im - gavjumlikni nazorat qilish
Ijtimoiy (S)	Aholi qoniqishi	So'rovga asoslangan ball - siyosatning mahalliy qonuniyligi
Ijtimoiy (S)	Mahalliy daromadning qolishi	Turizm xarajatining mahalliy ulushi - inklyuziv o'sish
Boshqaruv (G)	Hududiy ESG-strategiya	Mavjudligi va ijro bali - strategik muvofiqlashtirish
Boshqaruv (G)	Ochiq turizm ma'lumoti	ESG ma'lumot muntazamligi - dalilga asoslangan qaror

Tadqiqotning asosiy natijasi - Turizm ESG ko'rsatkichlari matritsasi (3-jadval). U ko'rsatkichlarni uch daraja va uch o'lcham kesimida tartiblaydi. Matritsaning ikki afzalligini alohida ta'kidlayman. Birinchisi - takrorlanishning oldini oladi: korxonada va hudud ishonchli ma'lumot bergan bo'lsa, milliy idora har bir tafsilotni qaytadan yig'ishi shart emas. Ikkinchisi - yetishmayotgan bog'lanishlarni fosh qiladi. Korxonalar energiya ma'lumotini to'plab, hudud uni jamlamasa, destinatsiyaning uglerod tahlili bo'sh qoladi. Bu - quruq nazariya emas, ko'pchilik hududda uchraydigan real kamchilik.

Matritsa yana bir narsani oydin qiladi - mas'uliyat oqimini. Korxonada operatsion ma'lumot va ichki boshqaruv uchun javob beradi. Hudud hokimiyati hamda destinatsiya tashkiloti muvofiqlashtirish, hududiy rejalashtirish va jamoaga ta'sir uchun mas'ul. Milliy institutlar esa standart, statistika va xalqaro qiyoslashni o'z zimmasiga oladi. Bu bo'linish ishtirokchilarni bir-biridan ajratib qo'ymaydi; aksincha, har birining asosiy rolini belgilab, hamkorlikni ravnashtiradi. Ochig'i, turizm

¹ Manba: GSTC destinatsiya mezonlari asosida muallif tomonidan tuzilgan [1].

nizolar ko‘pincha aynan rollar noaniq bo‘lgani uchun kelib chiqadi - matritsa esa o‘sha noaniqlikni kamaytiradi.

3-jadval

Turizm ESG ko‘rsatkichlari matritsasi (daraja va o‘lcham kesimida)¹

Daraja	Ekologik (E)	Ijtimoiy (S)	Boshqaruv (G)
Korxonona	Energiya, suv, chiqindi, emissiya	Bandlik, o‘qitish, qulaylik, qoniqish	ESG-siyosat, oshkoralik, sertifikat
Hudud	Suv bosimi, meros yuki, transport	Aholi qoniqishi, daromad qolishi	DMO salohiyati, ochiq ma’lumot
Milliy	Uglerod zichligi, yashil investitsiya	Ish sifati, hududiy tenglik	Milliy strategiya, hisobot standarti

Matritsa amalda yagona indeks orqali jonlantirish mumkin. Uch kichik indeks - ekologik (ETI), ijtimoiy (STI) va boshqaruv (GTI) - birlashib, umumiy Turizm ESG indeksini (TESGI) hosil qiladi: $TESGI = wE \cdot ETI + wS \cdot STI + wG \cdot GTI$. Dastlab vaznlarni teng olish mumkin. Keyin esa ular hududning o‘ziga xosligini aks ettirishi kerak - masalan, suv tanqis bo‘lgan Buxoro yoki Xorazm sharoitida ekologik vazn og‘irroq bo‘lishi tabiiy.

Xalqaro tajriba bu yondashuvni yolg‘iz qoldirmaydi. Dunyoda GSTC mezonlari bo‘yicha to‘liq sertifikatlangan destinatsiyalar hozircha oz, ularning aksariyati esa rivojlangan iqtisodiyotlarda joylashgan. Rivojlanayotgan hududlar mezonlarni o‘z sharoitiga moslab, bosqichma-bosqich joriy qilmoqda - buni GSTCning o‘zi ham nazarda tutadi.

Modelni O‘zbekiston hududlariga tatbiq etsak, manzara yanada aniqlashadi. Buxoro va Xorazm uchun ekologik o‘lchamda suv birinchi o‘ringa chiqadi; Samarqand va Buxoroda madaniy meros zichligi ijtimoiy hamda boshqaruv ko‘rsatkichlarini oldinga suradi; sanoat salohiyati kuchli hududlarda esa emissiya va bandlik sifati og‘irroq vazn oladi. Yagona matritsa bu xilma-xillikni yo‘qotmaydi - u faqat umumiy tilni beradi, mazmunni esa har bir hudud o‘ziga moslaydi. Nazarimda, aynan shu moslashuvchanlik - qat’iy qolip emas, balki umumiy ramka - tizimning eng katta amaliy qiymati. Buxoro esa, jadal o‘sayotgan oqimi va boy merosi bilan, bunday tizimni ilk bor sinab ko‘rish uchun tabiiy maydon bo‘la oladi.

Modelning yana bir kuchli tomoni - bosqichma-bosqich joriy etishga qulayligi. Birinchi yili hudud o‘lchashi oson bo‘lgan 10-12 ta bazaviy ko‘rsatkichdan boshlashi mumkin. Ikkinchi yili ijtimoiy va boshqaruv ko‘rsatkichlarini so‘rov hamda hujjat auditi orqali kengaytiradi. Uchinchi yili esa tizim integratsiyalashgan hisobot va benchmarkingga o‘tadi. Bu yo‘l kamtar, lekin aynan kamtarligi bilan ishonchli - ma’lumot bazasi hali qurilayotgan hududlar uchun real.

Albatta, savol tug‘iladi: bu tizim ortiqcha byurokratiya keltirmaydimi? Bu e’tirozni jiddiy qabul qilaman. Javobim shuki, matritsaning maqsadi yangi hisobot yuki qo‘shish emas, aksincha, mavjud, tarqoq ma’lumotni yagona mantiqqa keltirish. Raqamli platformalar bunga yordam beradi: ko‘rsatkichlar bir marta kiritilib, uch

¹ Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

darajaga bir vaqtda xizmat qiladi. Shu ma'noda tizim yukni ko'paytirmaydi, balki uni oqilona taqsimlaydi.

Nihoyat, bir ogohlantirish. Har qanday ko'rsatkich tizimi ma'lumot sifatiga bog'liq. Turizmga ma'lumot turli manbadan keladi - kommunal hisoblar, statistika, so'rovlar, auditlar - va ularning ishonchliligi bir xil emas. Shu sababli har bir ko'rsatkich «ma'lumot pasporti»ga ega bo'lsin: ta'rifi, formulasi, o'lchov birligi, manbasi va mas'ul organi aniq ko'rsatilsin. Bunday pasportsiz ko'rsatkichlarni taqqoslash qiyin, ularni chiroyli qilib ko'rsatish esa oson - bu esa butun tizim ishonchiga putur yetkazadi.

Bu yerda yana bir e'tirozni oldindan ko'raman. Ba'zilar aytishi mumkin: bir nechta o'lchamni yagona indeksga jamlash - haddan tashqari soddalashtirish emasmi? E'tiroz o'rinli. Indeks, tabiatan, tafsilotni yo'qotadi; o'nlab obidaning holati bitta raqamga aylanganda, nozik farqlar ko'zdan qochadi. TESGI javobni yopish uchun emas, savol tug'dirish uchun kerak. Ana shunday qo'llansa, soddalashtirish kamchilik emas, aksincha, foyda bo'lib xizmat qiladi.

Oxirida bir kuzatuvimni ham bildiray. Ko'rsatkich tizimi shunchaki texnik vosita emas - u boshqaruv madaniyatini ham asta-sekin o'zgartiradi. Hudud o'z ma'lumotini muntazam yig'a boshlaganida, savol berishni o'rganadi: nega bu yil suv sarfi oshdi, nega aholi qoniqishi pasaydi? Aynan shunday savollar - raqamlarning o'zidan ko'ra - barqaror boshqaruvning asl belgisi. Nazarimda, ko'p darajali ESG tizimining eng qimmatli yutug'i ham shunda: u hududni o'z taraqqiyoti haqida mulohaza yuritishga, o'ziga tanqidiy qarashga o'rgatadi.

Bir jihatni marketing nuqtai nazaridan alohida ta'kidlamoqchiman. Barqarorlik bugun shunchaki majburiyat emas - u destinatsiya brendining kuchli qismiga aylandi. Xorijiy sayyoh, ayniqsa Yevropa bozoridan kelayotgani, borgan joyining ekologik va ijtimoiy mas'uliyatiga tobora ko'proq e'tibor qaratmoqda. Shu ma'noda ishonchli ESG ko'rsatkichlari faqat ichki boshqaruv vositasi emas, tashqi raqobat ustunligi hamdir. Hudud o'z barqarorligini o'lchab, uni shaffof ko'rsata olsa, sayyoh, investor va xalqaro hamkor ko'z o'ngida jozibadorroq bo'lib ko'rinadi. Nazarimda, aynan shu - ko'rsatkichning ham ichki, ham tashqi qiymati - uni marketing bilan boshqaruv o'rtasidagi ko'prikkaga aylantiradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijasida barqaror turizm hududlarini baholash uchun ekologik, ijtimoiy va boshqaruv yo'nalishlarini o'zaro bog'lovchi ko'p darajali ESG ko'rsatkichlari tizimi ishlab chiqildi. O'tkazilgan tahlillar ESG yondashuvini faqat korxonada darajasida emas, balki hudud va milliy darajada ham izchil qo'llash barqaror turizmni boshqarish samaradorligini oshirishini ko'rsatdi. Taklif etilgan matritsa turli darajadagi ko'rsatkichlarni yagona metodologik asosda birlashtirish, ularning o'zaro bog'liqligini baholash hamda hududlarning ekologik, ijtimoiy va boshqaruv holatini kompleks tahlil qilish imkonini berdi. Mazkur yondashuv hududiy monitoring tizimini takomillashtirish, boshqaruv qarorlarini dalillarga asoslangan holda qabul qilish va barqaror turizm rivojlanishini muntazam baholash uchun amaliy asos yaratadi.

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib quyidagi takliflar ishlab chiqildi.

Birinchiidan, turizm hududlarida ESG ko'rsatkichlarini yig'ish va tahlil qilish bo'yicha yagona metodik yondashuvni joriy etish hamda korxonalar, hudud va milliy darajadagi ma'lumotlarni o'zaro integratsiyalash maqsadga muvofiq.

Ikkinchiidan, hududiy turizmni boshqarishda ekologik resurslardan foydalanish samaradorligi, mahalliy aholi manfaatlarini va boshqaruv sifati muntazam monitoring qilinishi hamda natijalar strategik rejalashtirish jarayonlariga integratsiya qilinishi zarur.

Uchinchiidan, turizm korxonalarini uchun ESG hisobotlarini yuritish bo'yicha amaliy tavsiyalar va raqamli monitoring vositalarini joriy etish ma'lumotlarning ishonchligi hamda taqqoslanuvchanligini oshirishga xizmat qiladi.

To'rtinchiidan, hududiy ESG ko'rsatkichlari turizmni rivojlantirish dasturlari, destinatsiya marketingi va investitsiya loyihalarini baholash mezonlariga bosqichma-bosqich kiritilishi maqsadga muvofiq.

Beshinchiidan, taklif etilgan ko'rsatkichlar tizimini O'zbekistonning turli turizm hududlarida empirik sinovdan o'tkazish, olingan natijalar asosida indikatorlar tarkibi va baholash mezonlarini takomillashtirish tavsiya etiladi.

Umuman, ishlab chiqilgan ko'p darajali ESG ko'rsatkichlari tizimi barqaror turizm hududlarini kompleks baholash, hududiy boshqaruv samaradorligini oshirish hamda turizmni uzoq muddatli va muvozanatli rivojlantirish bo'yicha ilmiy asoslangan qarorlar qabul qilish uchun metodologik va amaliy ahamiyatga ega.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Global Sustainable Tourism Council. (2019). GSTC destination criteria v2.0. Washington, DC: GSTC.
2. UN Tourism. (2024). ESG framework for tourism businesses. Madrid: UN Tourism.
3. United Nations Global Compact. (2004). Who cares wins: Connecting financial markets to a changing world. New York: UN Global Compact.
4. Bernard, S., Singal, M., Dias, A., Ho, J. A., & Zizka, L. (2025). Sustainable horizons: Navigating ESG reporting challenges in the hospitality and tourism industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. <https://doi.org/10.1177/10963480251352232>
5. Camilleri, M. A. (2025). Using environmental, social and governance factors for the promotion of sustainable tourism development. *Sustainable Development*.
6. Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
7. Torres-Delgado, A., & Saarinen, J. (2014). Using indicators to assess sustainable tourism development: A review. *Tourism Geographies*, 16(1), 31-47.
8. Rasoolimanesh, S. M., Ramakrishna, S., & Hall, C. M. (2023). A systematic scoping review of sustainable tourism indicators in relation to the Sustainable Development Goals. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1497-1517.
9. Global Reporting Initiative. (2021). *Consolidated set of the GRI standards 2021*. Amsterdam: GRI.

10. World Travel & Tourism Council. (2024). Economic impact research 2024. London: WTTC.
11. President of the Republic of Uzbekistan. (2019). Resolution No. PQ-4477 “On the strategy for transition to a green economy for 2019-2030”. Retrieved from <https://lex.uz>
12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 16-fevral 2026-yil PF-21-son “Mamlakat taraqqiyotining 2030-yilgacha mo‘ljallangan ustuvor yo‘nalishlari doirasida islohotlarni izchil davom ettirish va yangi bosqichga olib chiqishning qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida” Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-8050769>
13. National Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. (2025). Tourism and recreation, 2024. Tashkent: Stat.uz. Retrieved from <https://stat.uz>
14. Torres-Delgado, A., & Palomeque, F. L. (2018). The ISOST index: A tool for studying sustainable tourism. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 281-289.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhih:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, may, 5-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

info@marketingjournal.uz

Bot:

[@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**