

# MINTAQADA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH HAMDA AHOLI TURMUSH FARAVONLIGINI OSHIRISHDA TURIZM INFRATUZILMASI ROLINI BAHOLASH

**Jumaniyazova Sharifa Rashidovna**

Ma'mun Universiteti  
“Iqtisodiyot” kafedrasida dotsenti, PhD

## **Annotatsiya**

Ushbu maqolada mintaqada turizmni rivojlantirish va aholi turmush farovonligini oshirishda turizm infratuzilmasining roli baholanadi. Shuningdek, turizm infratuzilmasini rivojlantirishda tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni shakllantirishning o'ziga xos jihatlari yoritib berilgan.

**Kalit so'zlar:** turizm, turizm infratuzilmasi, turar joy, turoperatorlar va sayyohlik agentliklari, diqqatga sazovor joylar.

## **Abstract**

This article assesses the role of tourism infrastructure in the development of tourism in the region and improving the well-being of the population, as well as highlights the specific aspects of the formation of organizational and economic mechanisms for the development of tourism infrastructure.

**Keywords:** tourism, tourism infrastructure, accommodation, tour operators and travel agencies, attractions.

## **Аннотация**

В статье дана оценка роли туристской инфраструктуры в развитии туризма в регионе и повышении благосостояния населения, а также освещены специфические аспекты формирования организационно-экономических механизмов развития туристской инфраструктуры.

**Ключевые слова:** туризм, туристическая инфраструктура, средства размещения, тuroператоры и турагентства, достопримечательности.

## **KIRISH**

Turizm ko'plab ish o'rinlari yaratish, biznes imkoniyatlarini kengaytirish hamda turizm sohasida faoliyat yurituvchi shaxslar, jamoalar yoki uni qo'llab-quvvatlovchi iqtisodiy birlashmalarning daromadlarini oshirish orqali milliy iqtisodiyotga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Mintaqada turizmni rivojlantirish va mavjud turistik salohiyatdan to'laonli foydalanish, eng avvalo, turizm infratuzilmasining rivojlanganlik darajasi bilan bog'liq ekani o'tkazilgan ilmiy tadqiqotlar natijasida o'z tasdig'ini topgan.

Shuningdek, turizm infratuzilmasining barqarorligi va samarali ishlashi pandemiya kabi salbiy vaziyatlar yuzaga kelganida ularning ta'sirini bartaraf etishda muhim omil sifatida xizmat qiladi. Bu shuni anglatadiki, turizm sektori boshqa tarmoqlarga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli hukumat turizmni yanada samarali qilish, aholi turmush farovonligini oshirish va turizm infratuzilmasining rolini baholash bo'yicha bir qator yo'nalishlarni ishlab chiqishni taqozo etadi.

Turizm infratuzilmasi faoliyatining samaradorligi uning funksiyalarini qay darajada bajara olishi bilan bevosita bog‘liq hisoblanadi. Turizm infratuzilmasining an‘anaviy funksiyalari sifatida sayyohlarni transport bilan ta‘minlash, turistlarni turar joy va oziq-ovqat bilan ta‘minlash, turizm turi va taklif etilayotgan turistik mahsulotga qarab ularning axborot, madaniy, aloqa va boshqa ehtiyojlarini qondirish kabilarni keltirish mumkin.

### **ADABIYOTLAR SHARHI**

Mintaqada turizmni rivojlantirish hamda aholi turmush farovonligini oshirishda turizm infratuzilmasi muhim ahamiyatga ega ekanligi ko‘plab ilmiy tadqiqotlarda o‘z aksini topgan. Olimlar turizm infratuzilmasini rivojlantirish orqali hududning iqtisodiy ko‘rsatkichlarini yaxshilash, yangi ish o‘rinlarini yaratish va turmush darajasini ko‘tarish mumkinligini ta‘kidlaydilar.

Turizm infratuzilmasining hudud iqtisodiyotidagi ahamiyati va uning mahalliy aholi farovonligiga ta‘siri yuzasidan tadqiqot olib borgan olimlardan biri Goeldner bo‘lib, u turizm infratuzilmasini transport, mehmonxonalar va restoranlar, aloqa tizimlari kabi asosiy xizmatlarni o‘z ichiga oluvchi kompleks tushuncha sifatida ko‘rib chiqadi. Goeldner va Ritchie infratuzilmaning sifatli rivojlanishi hududga keluvchi turistlar oqimini oshirishi bilan bir qatorda, mintaqada biznes muhitini yaxshilashga va aholi daromadlarini ko‘paytirishga xizmat qilishini qayd etgan.

Vanhove o‘z tadqiqotlarida turizm infratuzilmasini shakllantirishda davlat va xususiy sektor hamkorligining ahamiyatini ta‘kidlaydi. Uning fikricha, davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlanadigan infratuzilma loyihalari investorlar uchun qulay shart-sharoit yaratib, hududga qo‘shimcha mablag‘ oqimini jalb qilish imkonini beradi. Bu esa aholi farovonligining oshishiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi.

Mill va Morrison infratuzilmaning rivojlanishi nafaqat turistlar oqimini ko‘paytirishi, balki hududning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishiga ham turtki bo‘lishini ko‘rsatib beradi. Ular turizm infratuzilmasining sifatli va barqaror rivojlanishi hududda ijtimoiy xizmatlarni yaxshilash, sog‘liqni saqlash va ta‘lim tizimlarini rivojlantirish uchun zarur bo‘lgan qo‘shimcha moliyaviy resurslarni yaratishini ilmiy asoslab berganlar.

Buhalisning tadqiqotlariga ko‘ra, infratuzilmani rivojlantirish turizm bozorida hududning raqobatbardoshligini oshiradi. Uning fikriga ko‘ra, hududda yuqori sifatli infratuzilma mavjudligi turistlar uchun xizmat ko‘rsatish darajasini oshirib, mintaqaning xalqaro turizm bozorida imijini yaxshilaydi. Bu esa turistlarning hududga qayta tashrif buyurish ehtimolini oshirib, mahalliy aholi daromadlarini barqaror tarzda ko‘paytiradi.

Ritchie va Crouch tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda ham hudud infratuzilmasi turizm industriyasining barqaror rivojlanishi uchun asosiy omil sifatida qaraladi. Ularning fikricha, infratuzilma turistlarga taklif etiladigan xizmatlar sifatini belgilab beradi va bu orqali mahalliy iqtisodiyotni mustahkamlash, aholi bandligini ta‘minlash va turmush farovonligini oshirishga ko‘maklashadi.

### **METODOLOGIYA**

Ilmiy adabiyotlarni o‘rganish natijalariga ko‘ra, turizm infratuzilmasining tarkibiy qismlaridagi o‘zgarishlarning turizmning muhim ko‘rsatkichlari, shuningdek aholi bandligi, ishsizlar soni va jon boshiga real daromadlarga ta’siri miqdoriy baholash maqsadga muvofiqligi aniqlangan. Mazkur baholashni amalga oshirish uchun 2017–2022-yillar ma’lumotlaridan foydalanildi, chunki turizm infratuzilmasi hamda turizm sohasidagi asosiy o‘zgarishlar aynan ushbu davrga to‘g‘ri kelmoqda. Ya’ni, Harakatlar strategiyasi doirasida ko‘rsatkichlarning keskin o‘sishi kuzatilgan bo‘lsa, 2020-yilda pandemiya oqibatida kiritilgan cheklovlar ularning keskin pasayishiga sabab bo‘lgan.

### TAHLIL VA NATIJALAR

Davlat tomonidan pandemiya ta’sirlarini bartaraf etish va turizm sohasini oldingi darajasiga olib chiqish bo‘yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlar 2022-yilda o‘zining samarasi namoyon qila boshlagan.

Tadqiqotni amalga oshirish uchun foydalanilgan barcha ko‘rsatkichlar natura shakliga ega bo‘lib, faqat aholi jon boshiga real daromadlar hajmi qiymat ko‘rinishida bo‘lganligi sababli 2017-yil bazis-yil sifatida olinib, o‘zgarmas narxlarga o‘tkazilgan. Mavjud ma’lumotlar asosida amalga oshirilgan regressiya tahlil natijalari quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ldi (1-jadval).

#### 1-jadval

#### Turizm infratuzilmasini turizm hamda aholi turmush faravonligiga ta’sirini baholash bo‘yicha amalga oshirilgan korrelyatsion tahlil natijalari<sup>1</sup>

	HOS	TF	TV	GU	FT	LT	TS	EM	UN	RIN
HOS	1,0									
TF	1,0	1,0								
TV	0,9	0,9	1,0							
GU	0,9	0,9	0,9	1,0						
FT	0,1	0,2	-0,2	-0,1	1,0					
LT	0,0	0,1	-0,3	0,0	0,9	1,0				
TS	0,0	0,1	-0,4	-0,1	0,9	0,9	1,0			
EM	0,4	0,3	0,2	0,3	0,5	0,5	0,3	1,0		
UN	0,7	0,8	0,7	0,6	0,0	-0,2	0,0	-0,3	1,0	
RIN	0,7	0,7	0,8	0,9	0,0	0,2	0,0	0,4	0,4	1,0

Bu yerda: HOS – joylashtirish vositalari soni birlik; TF – sayyohlik tashkilotlari soni birlik; TV — Turistik sinfga mansub transport vositalari soni birlik; GU— tegishli sertifikatlariga ega gid- ekskursavodlar soni birlik; FT – tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni kishi; LT – tashrif buyurgan ichki turistlar soni kishi; TS – ko‘rsatilgan turistik xizmatlar hajmi mlrd.so‘m; EM – viloyatdagi jami bandlar soni ming kishi; UN – viloyatdagi jami ishsizlar soni ming kishi; RIN – aholi jon boshiga real daromadlar ming so‘mda.

Olingan natijalarga ko‘ra, tadqiq qilinayotgan davrda joylashtirish vositalari sonining o‘sish sur‘atlari kuzatilgan bo‘lib, bu turizmni rivojlantirish bo‘yicha ishlab

<sup>1</sup> Manba: muallif ishlanmasi

chiqilgan dasturlar doirasida amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasi hisoblanadi. Ayni holatni sayyohlik tashkilotlari sonida ham kuzatish mumkin. Natijada, ikkala ko'rsatkich o'rtasidagi korrelyatsiya koeffitsiyentining birga teng bo'lishi kuzatildi.

Shuningdek, joylashtirish vositalari hamda turistik sinfga mansub transport vositalari soni o'rtasidagi korrelyatsion bog'liqlikning 0,9 ga teng bo'lishi yuqorida keltirilgan xulosalarimizning tasdig'i bo'lib xizmat qiladi. Ya'ni, pandemiya davrida ham joylashtirish vositalari sonidagi ijobiy o'zgarish ta'minlangan, ammo cheklovlarning kiritilishi hisobiga ularning transport xizmatlarini ko'rsatish uchun turistik sinfga mansub transport vositalariga ega bo'lishi asosli ekanligini ko'rsatadi.

Joylashtirish vositalarining xorijiy va mahalliy turistlar soni bilan korrelyatsion bog'liqligining yo'qligi ulardan foydalanish samaradorligining pastligidan dalolat beradi. Biroq boshqa tomondan qaraganda, pandemiya hisobiga turistlar sonidagi keskin qisqarish davrida turistik obyektlarni saqlab qolish uchun amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida ularning sonidagi salbiy o'zgarishlarning oldi olingan.

Joylashtirish vositalari soni bilan bandlar va ishsizlar soni o'rtasidagi korrelyatsiya koeffitsiyentlari mos ravishda 0,4 va 0,7 ga teng bo'lganligi kuzatilmogda. Oldingi paragraflarda keltirilgan tadqiqot natijalari joylashtirish vositalari sonining oshishi bilan yangi ish o'rinlari yaratilganligi va bandlar sonining oshganligini ko'rsatadi. Korrelyatsion tahlil natijalariga ko'ra, joylashtirish vositalari soni bandlar sonini oshiradi, biroq ta'sir darajasi yetarli darajada yuqori emas.

Boshqa tomondan esa mazkur ko'rsatkichning ishsizlar soni bilan ham musbat va yuqori bog'liq ekanligi aniqlandi. Tabiiyki, bu ikkala ko'rsatkich o'rtasidagi umumiy tendensiyaning natijasidir, ya'ni pandemiya davrida ishsizlikning oshishi hamda joylashtirish vositalari sonini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar natijalarining bir vaqtning o'zida ro'y bergani bilan izohlanadi. Chunki, yangi ish o'rinlarining yaratilishi bilan bir vaqtda ishsizlar sonining oshishi mantiqqa to'g'ri kelmaydi.

Aslini olganda, mazkur holat faqat joylashtirish vositalari uchun emas, balki joylashtirish vositalari bilan yuqori korrelyatsion bog'liqlikka ega bo'lgan barcha ko'rsatkichlar uchun ham o'rinli ekanligini jadval ma'lumotlaridan kuzatish mumkin.

Tahlil natijalariga aniqlik kiritish uchun keyingi ko'rsatkichning joylashtirish vositalari bilan bog'liqlik darajasiga e'tibor qaratish lozim. Ya'ni, joylashtirish vositalari bilan aholi jon boshiga real daromadlar o'rtasidagi korrelyatsiya koeffitsiyentining 0,7 ga teng bo'lishi yuqoridagi xulosalarning tasdig'i bo'lib xizmat qiladi. Ayni xulosalarni sayyohlik tashkilotlari soni, turistik sinfga mansub transport vositalari soni hamda tegishli sertifikatlariga ega gid-ekskursovodlar soni uchun ham o'rinli ekanligini ta'kidlash mumkin.

Keltirib o'tilgan ko'rsatkichlarning hech biri xorijiy va mahalliy turistlar soni bilan yuqori bog'liqlikka ega emasligi, ushbu ijobiy natijalarning turizm sohasini pandemiyaning salbiy oqibatlaridan saqlab qolish uchun amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasi ekanligini asoslaydi.

Shuni alohida ta'kidlash kerakki, xorijiy turistlar soni bilan bandlar soni o'rtasidagi korrelyatsiya koeffitsiyenti 0,5 ga teng, shuningdek ishsizlar soni hamda aholi jon boshiga real daromadlar kabi ko'rsatkichlar bilan 0,0 ga teng, ya'ni bog'liqlik

mavjud emasligini ko'rsatmoqda. Bandlar soni bilan yetarli darajada yuqori, ammo aholi jon boshiga real daromadlar bilan bog'liqlikning yo'qligi bir-birini inkor qiluvchi natijalar hisoblanadi. Mazkur holatga aniqlik kiritish maqsadida ko'rsatilgan turistik xizmatlar hajmi hamda bandlar soni o'rtasidagi korrelyatsiya koeffitsiyentining 0,3, ammo aholi jon boshiga real daromadlar bilan 0,0 ga teng ekanligini kuzatish kifoya.

Bundan ko'rinadiki, turistik xizmatlardan tushumlar aholining bandligini ta'minlashga ta'sir qilmoqda, ammo real daromadlarni oshirishga hech qanday ta'siri yo'q. Boshqacha aytganda, turizm bo'yicha mavjud salohiyatdan foydalanish samaradorligi pastligicha qolmoqda. Buni oshirish lozim, ya'ni har bir tashrif buyuruvchiga ko'proq, yuqori qo'shilgan qiymatga ega bo'lgan turistik xizmatlarni taklif qilish zarur.

Amalga oshirilgan tahlil natijalariga ko'ra, mintaqada turizm infratuzilmasini shakllantirish hamda takomillashtirish bo'yicha ko'plab chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Natijada turizm sohasining ba'zi ko'rsatkichlarida ijobiy natijalar kuzatilmoqda, ammo ushbu ijobiy natijalarning muhim samaradorlik ko'rsatkichlari bilan bog'liqlik darajasi pastligicha qolmoqda. Bu, tabiiyki, inson kapitali bilan bog'liq bo'lib, sohaga zamon talablariga javob bera oladigan raqobatbardosh kadrlarni yetkazib berish masalasiga e'tibor qaratishni taqozo etadi. Chunki, yetarli darajada turistik salohiyat mavjudligi va turizm infratuzilmasini yaxshilash bo'yicha amalga oshirilayotgan chora-tadbirlarga qaramasdan, samaradorlik pastligicha qolmoqda.

Keltirib o'tilgan regressiya tahlil natijalariga aniqlik kiritish maqsadida qo'shimcha regressiya tahlili amalga oshirildi. Bu orqali ko'rsatkichlar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni miqdoriy baholash va xulosalarga aniqlik kiritish imkoniyatiga ega bo'lindi. Buning uchun korrelyatsion tahlil natijalariga asoslanildi, ya'ni aholi jon boshiga real daromadlarga turizm infratuzilmasi tarkibiy qismlaridagi o'zgarishlarning ta'siri baholab o'tildi.

Joylashtirish vositalari bilan aholi jon boshiga real daromadlar o'rtasidagi yetarli darajadagi korrelyatsion bog'liqlikka asoslangan holda regressiya tahlili amalga oshirildi. Miqdoriy baholashda qulaylik bo'lishi uchun logarifmik funksiyadan foydalanildi. Ammo olingan natijalar ikkala ko'rsatkich o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi koeffitsiyentning Student mezoni bo'yicha adekvat emasligini ko'rsatdi. Shu sababdan, ushbu tahlil natijasiga to'xtalilmadi. Faqat olingan natijalarning to'liq shakli [1-ilova]da keltirib o'tildi.

Sayyohlik tashkilotlari sonining aholi jon boshiga real daromadlarga ta'sirini baholash bo'yicha regressiya tahlili natijasiga ko'ra quyidagi modelga ega bo'lindi:

$$\ln(RIN) = 8,1 + 0,22 * \ln(TF)$$

Mazkur modelning koeffitsiyentlari adekvatligini asoslash uchun keltirilgan Student mezoni natijalariga ko'ra, ikkala ko'rsatkich o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi koeffitsiyent 95 emas, balki 90 foizlik ishonch oralig'ida adekvat ekani aniqlandi. Shuningdek, determinatsiya koeffitsiyenti 0,56 ga teng bo'lgan holda kichik qiymatga ega bo'lmoqda. Bundan tashqari, Fisher mezoni natijalari ham ehtimollik ko'rsatkichi bo'yicha 90 foizlik ishonch oralig'i uchun o'rinli bo'lmoqda (2-jadval).

**2-jadval**

**Sayyohlik tashkilotlari sonini aholi jon boshiga real daromadlarga ta'sirini baholash bo'yicha regression tahlil natijalari<sup>1</sup>**

Model 13: OLS, using observations 2017-2022 (T = 6)

Dependent variable: l\_RIN

	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>	
Const	8.10466	0.376253	21.54	<0.0001	***
l_TF	0.220802	0.0974584	2.266	0.0861	*
Mean dependent var	8.952564		S.D. dependent var	0.128348	
Sum squared resid	0.036074		S.E. of regression	0.094966	
R-squared	0.562025		Adjusted R-squared	0.452531	
F(1, 4)	5.132939		P-value(F)	0.086146	
Log-likelihood	6.828161		Akaike criterion	-9.656322	
Schwarz criterion	-10.07280		Hannan-Quinn	-11.32353	
rho	0.424775		Durbin-Watson	1.077863	

Keltirib o'tilgan mezonlar modelning 95 foizlik ishonch oralig'i bo'yicha xulosalar chiqarishga mos emasligini, ammo umumiy xulosa qilish uchun yetarliligini asoslamoqda. Ya'ni, regressiya tahlili natijalari mintaqada sayyohlik tashkilotlari sonining oshishi aholi real daromadlariga ta'sir qilishini ko'rsatadi, biroq uni muhim omil sifatida qabul qilish imkonini bermaydi.

Ayni tahlil turistik sinfga mansub transport vositalari sonining ta'sirini baholash bo'yicha ham amalga oshirildi va quyidagi modelga ega bo'lindi.

$$\ln(RIN) = 8,6 + 0,08 * \ln(TV)$$

Ishlab chiqilgan model va uning adekvatligini asoslash uchun zarur mezonlar natijalari deyarli yuqorida keltirilgan model natijalari bilan bir xil (3-jadval).

Modelning ishonchlilik darajasini ifodalovchi MAPE ko'rsatkichi 0,69 ga teng bo'lib, juda kichik ekanligi mazkur model asosida shartli ravishda xulosalar chiqarish mumkinligini asoslaydi. Ushbu omilning aholi jon boshiga real daromadlarga ta'siri ahamiyatsiz bo'lib, uning bir foizga oshishi aholi jon boshiga real daromadlarni atigi 0,08 foizga oshiradi, xolos. Ammo umumiy hisobda ijobiy ta'sir mavjud.

<sup>1</sup> Manba: muallif ishlanmasi

**3-jadval**
**Turistik sinfga mansub transport vositalari sonini aholi jon boshiga real daromadlarga ta'sirini baholash bo'yicha regression tahlil natijalari<sup>1</sup>**

Model 15: OLS, using observations 2017-2022 (T = 6)

Dependent variable: l\_RIN

	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>	
const	8.57242	0.173540	49.40	<0.0001	***
l_TV	0.0797112	0.0354612	2.248	0.0879	*
Mean dependent var	8.952564		S.D. dependent var	0.128348	
Sum squared resid	0.036394		S.E. of regression	0.095386	
R-squared	0.558148		Adjusted R-squared	0.447685	
F(1, 4)	5.052800		P-value(F)	0.087855	
Log-likelihood	6.801720		Akaike criterion	-9.603440	
Schwarz criterion	-10.01992		Hannan-Quinn	-11.27065	
rho	0.108736		Durbin-Watson	1.431770	

Tegishli sertifikatlarga ega gid-ekskursovodlar turizm sohasidagi malakali kadrlar hisoblanadi. Ularning sonining oshishi bilan aholi jon boshiga real daromadlar o'rtasida yuqori bog'liqlik mavjudligi korrelyatsion tahlil natijalarida o'z ifodasini topgan bo'lib, buni miqdoriy baholash uchun amalga oshirilgan regressiya tahlil natijalari quyidagi ko'rinishga ega bo'ldi.

$$\ln(RIN) = 5,9 + 0,63 * \ln(GU)$$

Mazkur modelning adekvatligini asoslash uchun keltirib o'tilgan natijalarga ko'ra, model va uning koeffitsiyentlari tegishli xulosalar chiqarish uchun asosli hisoblanadi. Jumladan, aniqlangan koeffitsiyentning Student mezonini bo'yicha ehtimollik ko'rsatkichi 0,0075 ga teng bo'lib, ishonchliligining yuqori darajada ekanligini ko'rsatmoqda. Yuqorida keltirib o'tilgan modellardan farqli ravishda, mazkur modelning determinatsiya koeffitsiyenti 0,86 ga teng bo'lib, talab darajasida ekanligi kuzatilmoqda. Fisher mezonini bo'yicha aniqlangan ko'rsatkich ham jadval qiymatidan yetarli darajada katta bo'lganligi sababli, uning ehtimollik ko'rsatkichi ham 0,0075 ga teng bo'lmoqda (4-jadval).

<sup>1</sup> Manba: muallif ishlanmasi

**4-jadval**
**Tegishli sertifikatlarga ega gid- ekskursavodlar sonini aholi jon boshiga real daromadlarga ta'sirini baholash bo'yicha regression tahlil natijalari<sup>1</sup>**

Model 16: OLS, using observations 2017-2022 (T = 6)

Dependent variable: l\_RIN

	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>	
const	5.95730	0.600236	9.925	0.0006	***
l_GU	0.628313	0.125828	4.993	0.0075	***
Mean dependent var	8.952564		S.D. dependent var	0.128348	
Sum squared resid	0.011387		S.E. of regression	0.053354	
R-squared	0.861756		Adjusted R-squared	0.827196	
F(1, 4)	24.93444		P-value(F)	0.007525	
Log-likelihood	10.28760		Akaike criterion	-16.57519	
Schwarz criterion	-16.99167		Hannan-Quinn	-18.24240	
Rho	0.145471		Durbin-Watson	1.491459	

**XULOSA VA TAKLIFLAR**

Modelda avtorkorrelyatsiya mavjud yoki mavjud emasligini tekshirish uchun Durbin-Uotson statistikasi keltirib o'tilgan. Uning jadval bo'yicha quyi chegarasi (DL) 0,39 ga va yuqori chegarasi (DU) 1,14 ga teng bo'lib, aniqlangan qiymat ushbu oraliqdan yuqori ekani avtorkorrelyatsiya muammosining mavjud emasligidan dalolat bermoqda. Shuningdek, aniqlangan MAPE ko'rsatkichi 0,38 ga teng ekani modelning haqqoniyligini asoslaydi va ushbu modeldan foydalangan holda xulosalar chiqarish mumkinligini ko'rsatadi.

Keltirib o'tilgan barcha tahlil natijalariga tayangan holda quyidagi xulosalar ilgari surildi:

Tegishli sertifikatlarga ega gid-ekskursovodlar sonining bir foizga oshishi aholi jon boshiga real daromadlarni 0,63 foizga oshirishga xizmat qiladi. Bundan ko'rinadiki, turizm sohasida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlarning samaradorligi past bo'lishi, ularning ko'rsatilgan turistik xizmatlar hisobiga shakllangan daromadlar bilan bog'liq emasligi, sohaga oid inson kapitali muammosining mavjudligini asoslaydi.

Ya'ni, turizm infratuzilmasi obyektlarini raqobatbardosh, yetarli darajada malakaga ega bo'lgan kadrlar bilan ta'minlash talab qilinadi.

Fikrimizcha, mintaqada turizm infratuzilmasi bilan turistik salohiyat o'rtasidagi nisbatni maqbul shaklda ta'minlash, infratuzilma obyektlari va xizmatlarini tashkil qilishda ularning samaradorlik ko'rsatkichlariga e'tibor qaratish, sohaga nafaqat kadr tayyorlab beradigan, balki faoliyat yuritayotgan kadrlar malakasini doimiy ravishda oshirib boradigan zamonaviy tizimni shakllantirish — mintaqada turizm infratuzilmasini rivojlantirish bilan bir qatorda, uning samaradorlik ko'rsatkichlarini ham oshirishga xizmat qiladi.

<sup>1</sup> Manba: muallif ishlanmasi

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Jeong C va Holland S, “Destination image saturation” Journal of Travel and Tourism Marketing, 29:6, 501-519.
2. Boluk, K. A., Cavaliere, C. T., & Higgins-Desbiolles, F. (2019). A critical framework for interrogating the united Nations sustainable development goals 2030 agenda in tourism. Journal of Sustainable Tourism, 27(7), 847–864. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1619748>.
3. Sharpley, R. (2022). Tourism and development theory: Which way now? Tourism Planning and Development, 19(1), 1–12. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.2021475>
4. S. Kanwal, A.H. Pitafi, M. Ahmad, N.A. Khan, S.M. Ali, M.K. Surahio Cross-border analysis of China– Pakistan Economic Corridor development project and local residence quality of life. J. Publ. Aff., 20 (2) (2019), Article e2022, [10.1002/pa.2022](https://doi.org/10.1002/pa.2022)
5. G. Lohmann, D.T. Duval. Critical aspects of the tourism-transport relationship Contemporary Tourism Reviews (2011), pp. 1-37.
6. Raźniak, P. (2014), ‘City’s position in international rankings and quality of offered tourist service’, *Tourist*, 62(2), 147-164.
7. Морозов М.А., Морозова Н.С. К вопросу о конкурентоспособности российского туризма // Международная торговля и экономическая политика. 2013. № 4. С. 41.
8. Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. – Wiley, 2011.
9. Vanhove, N. The Economics of Tourism Destinations. – Routledge, 2011.
10. Mill, R.C., Morrison, A.M. The Tourism System: An Introductory Text. – Prentice Hall, 2009.
11. Buhalis, D. Marketing the Competitive Destination of the Future. – Tourism Management, 2000.
12. Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. – CABI Publishing, 2003.



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:** Xakimov Ziyodulla Axmadovich  
**Ingliz tili muharriri:** Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich  
**Rus tili muharriri:** Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li  
**Musahhah:** Karimova Shirin Zoxid qizi  
**Sahifalovchi va dizaynerlar:** Sadikov Shoxrux Shuxratovich  
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, mart, 3-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](mailto:info@marketingjournal.uz)  
Bot: [@marketinjournlbot](https://t.me/marketinjournlbot)  
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**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**