Registered in Germany Europa Revue Journal
ISSN: 1862-6564 Vol. 6 No. 11 (2026) Published November 20, 2026

ASSESSING THE RETENTION OF TOURISM EXPENDITURE IN THE REGIONAL ECONOMY AND THE EFFECTIVENESS OF HOSPITALITY SERVICE INTEGRATION

Qodirov Mirzoxid Zayniddin o‘g‘li
Lecturer at the Department of Tourism, Termez State University
mirzohidqodirov93@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0009-0003-7312-8734

Abstract

This study analyzes the retention of tourism expenditure in the local economy of Surkhandarya Region, economic relations among hospitality service providers, and methods for assessing their regional impact. Drawing on the works of Uzbek scholars on investment, employment, human capital, and service efficiency, the study explains the gap between tourism expenditure and local income. It identifies the limitations of using official statistical indicators and proposes a calculation procedure that combines tourist surveys, the expenditure structures of enterprises, and data on transactions between service providers. The proposed indicators are not empirically calculated results but rather a methodological framework developed for further empirical research.

Keywords

tourism expenditure, local income, hospitality, regional economy, service integration, economic efficiency, added value, tourism value chain, employment, Surkhandarya.

TURISTIK XARAJATLARNING HUDUDIY IQTISODIYOTDA SAQLANISHI VA MEHMONDO‘STLIK XIZMATLARI INTEGRATSIYASI SAMARADORLIGINI BAHOLASH

Qodirov Mirzoxid Zayniddin o‘g‘li
Termiz davlat universiteti, Turizm kafedrasi o‘qituvchisi

Annotatsiya. Mazkur tadqiqotda Surxondaryo viloyatida turistik xarajatlarning mahalliy iqtisodiyotda saqlanishi, mehmondo‘stlik xizmatlari o‘rtasidagi iqtisodiy aloqalar va ularning hududiy natijadorligini baholash usullari tahlil qilinadi. O‘zbekiston

olimlarining investitsiya, bandlik, inson kapitali va xizmatlar samaradorligiga oid ishlari asosida turistik xarajatlar bilan mahalliy daromad o‘rtasidagi tafovut izohlanadi. Rasmiy statistika ko‘rsatkichlaridan foydalanish chegaralari aniqlanib, turist so‘rovi, korxona xarajatlari tarkibi va xizmatlararo transaksiya ma’lumotlarini birlashtiruvchi hisoblash tartibi taklif etiladi. Taklif etilayotgan ko‘rsatkichlar amalda hisoblangan natijalar emas, balki keyingi empirik tadqiqot uchun ishlab chiqilgan metodik asos hisoblanadi.

Kalit so‘zlar: turistik xarajat, mahalliy daromad, mehmondo‘stlik, hududiy iqtisodiyot, xizmatlar integratsiyasi, iqtisodiy samaradorlik, qo‘shilgan qiymat, turistik qiymat zanjiri, bandlik, Surxondaryo.

Kirish

Turizmning hudud uchun iqtisodiy ahamiyatini belgilashda tashriflar soni, mehmonxonalarda joylashtirilgan shaxslar, sotilgan yo‘llanmalar va pullik xizmatlar hajmi keng qo‘llanadi. Mazkur ko‘rsatkichlar tarmoq faolligini tavsiflasa-da, turist to‘lagan mablag‘ning qaysi qismi hududda ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar hisobiga shakllanganini to‘liq ochmaydi. Masalan, sayohat paketi boshqa viloyatda joylashgan agentlik orqali sotilgan, mehmonxona ayrim oziq-ovqat mahsulotlarini boshqa hududdan xarid qilgan yoki transport xizmatining daromadi tashqi operator hisobida jamlangan bo‘lishi mumkin. Bu hollarda turist Surxondaryoga tashrif buyurgani bilan xarajatning hammasi viloyat iqtisodiyotida qolmaydi. Shuning uchun turizm natijadorligini tushuntirish uchun xizmatlar hajmidan tashqari xarajatning hududiy kelib chiqishi va yakuniy taqsimlanishini tahlil qilish lozim. Tadqiqotda «hududda saqlanish» atamasi turistik sarfning mahalliy ish haqi, mahalliy mulkdor daromadi, hudud ichida yaratilgan qo‘shilgan qiymat va mahalliy yetkazib beruvchilarga to‘lovlar bilan bog‘liq qismini anglatadi. Bu tushunchani korxonaning yalpi tushumi bilan tenglashtirish xato bo‘ladi: bir korxonaning boshqa mahalliy korxonaga amalga oshirgan xaridi ikkala subyekt aylanmasida aks etsa, oddiy yig‘indi takroriy hisobga olib keladi. Xuddi shunday, mehmonxona to‘lagan ish haqi qo‘shilgan qiymat tarkibida mavjud bo‘lsa, uni qayta qo‘shish mumkin emas. Mazkur paragrafning vazifasi ikki xil ko‘rsatkichni — mahalliy xaridlar ulushi va hududda yaratilgan sof iqtisodiy qiymatni — metodologik jihatdan ajratib, ularning o‘zaro munosabatini tushuntirishdan iborat.

O‘zbekiston tadqiqotchilarining turizmga investitsiya jalb etish, xizmatlar hisobiga bandlikni oshirish va kadrlar salohiyatini rivojlantirishga oid ishlari hududiy natijadorlikni o‘rganish uchun muhim tayanchdir. B.X. Asadovning Surxondaryoga turizm investitsiyalarini jalb qilish haqidagi maqolasi mavzu jihatidan moliyalashtirish sharoitlariga yaqin [1]. U.A. Abdurayimovning tadqiqotlari turizm va bandlik munosabatini, shuningdek, kadrlar qo‘nimsizligi muammosini kun tartibiga olib chiqadi [2; 3]. A.I. Raxmatovning ishlari turizm uchun malakali kadrlar tayyorlash va ularning bandligini hududiy rivojlanish bilan bog‘laydi [4; 5]. Ushbu manbalarning bibliografik tavsifi tekshirilgan, lekin to‘liq matnlarining barcha hisob-kitoblari bu yerda mustaqil qayta ishlab chiqilmagan; shu sababli ularga mualliflarda mavjud bo‘lmagan aniq koeffitsiyentlar nisbat berilmaydi.

Ushbu masalaning nazariy ifodasida turizmni bir tarmoqdagi mahsulot ishlab chiqarish emas, balki bir nechta tarmoqlar ishtirokida yaratiladigan iste’mol tajribasi sifatida qarash to‘g‘riroqdir. Turist yashash joyi, ovqatlanish, mahalliy transport, gid, muzey va savdo xarajatlarini bir sayohat davomida amalga oshiradi. Har bir to‘lov alohida firma hisobida ko‘rinsa-da, xaridor nuqtayi nazaridan ular yagona sayohatning tarkibiy qismlaridir. Shu bois turist ehtiyojining bir bo‘g‘inida yuzaga kelgan uzilish boshqa bo‘g‘indagi daromadga ham ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Joylashtirish imkoniyati yetishmasa, ko‘p kunlik marshrut sotilishi cheklanadi; transport uzilishi ekskursiya xizmatlari va mahalliy ovqatlanish obyektlari tushumiga salbiy ta’sir qilishi ehtimol.

Turist xarajatining dastlabki manzili bilan uning hududda qolgan iqtisodiy qiymati orasidagi farqni tranzaksiya bosqichlari orqali aniqlash mumkin. Birinchi bosqichda turist bevosita xizmat ko‘rsatuvchiga haq to‘laydi; ikkinchi bosqichda korxona olingan tushumni ish haqi, mahsulot, energiya, ijara, amortizatsiya, foyda va soliqlarga taqsimlaydi. Uchinchi bosqichda daromad olgan mahalliy subyektlarning qo‘shimcha xarajatlari yuzaga keladi. Bevosita xarajatning har bir keyingi aylanishini bir xil ishonchlilik darajasida kuzatish mushkul. Shu sababli empirik tahlilda dastlab to‘g‘ridan-to‘g‘ri mahalliy xaridlar ulushini, undan keyin imkon bo‘lsa mahalliy qo‘shilgan qiymatni hisoblash, bilvosita va induksiyalangan ta’sirlarni esa alohida model orqali baholash tavsiya etiladi.

Turizm sohasi foydasini mahalliy aholining real farovonligiga tenglashtirish ham noo‘rin. Bandlikning ko‘payishi daromad o‘sishiga olib kelishi mumkin, biroq yangi ish o‘rinlarining mavsumiyligi, ish vaqti, ish haqi darajasi va mehnat sharoiti natijani o‘zgartiradi. Xodim boshqa viloyatdan kelgan bo‘lishi yoki daromadining katta qismini tashqariga jo‘natishi ham mumkin. Bunday tafsilotlar bandlik va mahalliy daromad o‘rtasidagi bog‘lanish avtomatik emasligini bildiradi. Abdurayimov va Raxmatovning mavzu doirasi shu sababli turistik xarajat tahlilini mehnat bozori ko‘rsatkichlari bilan to‘ldirish zaruratini asoslashga yordam beradi [2–5]. Maqsad bandlik ko‘rsatkichini sun’iy ravishda murakkablashtirish emas, balki ish o‘rnining hudud uchun haqiqiy iqtisodiy natijasini aniqroq ko‘rsatishdir.

Mahalliy xarajatning iqtisodiy mazmunini uch xil chegarada o‘lchash mumkin. Tor chegarada faqat Surxondaryoda ro‘yxatdan o‘tgan subyektlarga qilingan to‘lovlar hisoblanadi. O‘rta chegarada viloyat hududida amalda ishlab chiqarilgan xizmat va mahsulotning qiymati hisobga olinadi. Keng chegarada esa mahalliy bandlik va soliq tushumlari bilan birga hudud aholisi tomonidan olingan daromadning keyingi sarflanishi ham modellashtiriladi. Birinchi yondashuv ma’lumot yig‘ish jihatidan sodda, lekin korxonaning rasmiy manzili uning iqtisodiy faoliyat geografiyasini to‘la aks ettirmaydi. Ikkinchi yondashuv aniqroq, biroq ishlab chiqarish xarajatlari tuzilishini talab qiladi. Uchinchi yondashuvda multiplikator hisoblari qo‘llanadi va natija tanlangan taxminlarga sezgir bo‘ladi. Turistdan tushgan mablag‘ning «sizib chiqishi» deganda tovar, xizmat yoki daromadning tashqi hududlarga o‘tishi tushuniladi. Lekin har qanday tashqi xaridni iqtisodiy nuqtayi nazardan salbiy deb baholash shart emas. Masalan, zamonaviy bronlash texnologiyasi, maxsus uskunalar yoki yuqori malakali xizmat mahalliy bozorda mavjud bo‘lmasa, tashqi yetkazib beruvchi sayohat mahsulotining sifatini oshirishi mumkin. Tadqiqot mezoni tashqi aloqani butunlay yo‘qotish emas, balki mahalliy subyektlar raqobatbardosh bo‘lishi mumkin bo‘lgan bo‘g‘inlarni aniqlash va ularda qiymat yaratish imkoniyatini kengaytirishdir. Bu farq integratsiya siyosatini yopiq iqtisodiy tizim qurishga urinishdan saqlaydi.

O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining SIAT tizimida joylashtirish va ovqatlanish xizmatlari hajmi hududlar, jumladan Surxondaryo viloyati

kesimida e’lon qilingan [6]. Jadvalda viloyat bo‘yicha 2020-yilda 2394,2 mlrd so‘m, 2023-yilda 6655,6 mlrd so‘m, 2024-yilda 8230,9 mlrd so‘m va 2025-yilda 9709,9 mlrd so‘m ko‘rsatilgan. Bu qiymatlar statistik klassifikatsiyadagi joylashtirish va ovqatlanish xizmatlari hajmidir; ular faqat turistlar tomonidan to‘langan mablag‘ni bildirmaydi. Mahalliy aholining ovqatlanish xarajatlari ham shu tasnifdagi xizmatlarni shakllantirishi mumkin. Shu sababli 2024–2025-yillardagi nominal o‘sishni turizm eksporti yoki turist xarajatlarining hududda qolishi sifatida talqin etib bo‘lmaydi.

Nominal ko‘rsatkichdagi o‘zgarish narxlar ta’siri, xizmatlar tarkibi, rasmiy hisobga qamrov va real ishlab chiqarish hajmining birgalikdagi natijasi bo‘lishi mumkin. Agar xizmatlar qiymati vaqt davomida solishtirilsa, tegishli deflyatorlar yordamida taqqoslama narxlarga o‘tkazish afzal. Hududlararo qiyoslashda esa yirik shaharlarda aholi soni va to‘lovga qobiliyatli talab yuqori bo‘lishi mumkinligini hisobga olish kerak. O‘rinlar soni, to‘ldirilish koeffitsiyenti, bir tashrifga to‘g‘ri keladigan tunashlar va bir turistning kundalik xarajati birgalikda o‘rganilmaguncha o‘sish sabablarini aniqlash qiyin. Statistik ma’lumotning kuchli tomoni — bir xil tasnifda hududlararo qiyoslash; zaif tomoni — xarajatni turist yoki mahalliy iste’molchi to‘laganini individual darajada ajratmasligidir.

Hududiy daromadni baholashda uch statistik birlikni farqlash lozim: tashrif buyuruvchi, tunash va xizmat ko‘rsatuvchi xo‘jalik yurituvchi subyekt. Bitta turist bir safarda bir necha joyda tunashi, turli korxonalardan xizmat olishi mumkin. Demak, mehmonxonada qayd etilgan joylashtirishlar soni noyob turistlar soniga doimo teng kelmaydi. Turistik firmalar tomonidan xizmat ko‘rsatilgan shaxslar esa mustaqil sayohat qiluvchilarni to‘liq qamrab olmasligi mumkin. Korxonalar sonidan foydalanilganda ham faol va hisobot beruvchi subyektlar, mavsumiy faoliyat yurituvchilar hamda kichik oilaviy bizneslarning qamrov darajasi aniqlashtiriladi. Bu shartlar bajarilmasa, bir ko‘rsatkich boshqa ko‘rsatkichning o‘rniga qo‘yilib, noto‘g‘ri iqtisodiy xulosa chiqarilishi xavfi tug‘iladi.

1-jadval. Surxondaryo viloyatida joylashtirish va ovqatlanish xizmatlari hajmi. Manba: Milliy statistika qo‘mitasi SIAT, 2026-yil 12-noyabrda yangilangan qator [6].

Yil	Xizmatlar hajmi, mlrd so‘m	Izoh
2020	2 394,2	Joylashtirish va ovqatlanish, turistlar xarajatigagina teng emas
2023	6 655,6	Joylashtirish va ovqatlanish, turistlar xarajatigagina teng emas
2024	8 230,9	Joylashtirish va ovqatlanish, turistlar xarajatigagina teng emas
2025	9 709,9	Joylashtirish va ovqatlanish, turistlar xarajatigagina teng emas

Taklif etilayotgan metodikada birinchi ko‘rsatkich har bir turistning viloyat doirasida amalga oshirgan yalpi xarajati bilan belgilanadi. So‘rovnomada turistning kelgan hududi, tashrif maqsadi, tunash davomiyligi, sayohatni tashkil etish usuli, xarajat turlari va to‘lov manzili qayd etiladi. Xarajatlar joylashtirish, ovqatlanish, ichki transport, ekskursiya, madaniy tadbirlar, savdo va boshqa xizmatlar bo‘yicha ajratiladi. Agar paket oldindan boshqa hududdagi agentlikda to‘langan bo‘lsa, uning Surxondaryoda amalda ko‘rsatilgan xizmatlar qismi alohida aniqlanishi kerak. Aks holda turistning viloyatda xarid qilgan mahsuloti bilan paketning tashqi operatorga o‘tkazilgan umumiy summasi qo‘shilib, takroriy hisob yuzaga keladi.

Ikkinchi bosqichda korxonalarning mahalliy xarid koeffitsiyenti hisoblanadi: $K_i = M_i / X_i$, bunda M_i — i-korxonaning belgilangan davrda Surxondaryoda ishlab chiqarilgan mahsulot va xizmatlar uchun xaridlari, X_i — mazkur korxonaning jami oraliq xaridlari. Bu ulush mahalliy yetkazib beruvchilar bilan ishlab chiqarish aloqasining intensivligini ko‘rsatadi. Biroq korxonaning o‘zida yaratilgan qo‘shilgan qiymatni o‘lchamaydi; masalan, xizmat asosan mahalliy xodimlar mehnati bilan yaratilgan bo‘lsa ham koeffitsiyent kichik chiqishi mumkin. Shu sababli uni birinchi navbatda ta’minot zanjirini tavsiflovchi ko‘rsatkich sifatida ishlatish tavsiya etiladi.

Uchinchi bosqich uchun qo‘shilgan qiymatning hududiy tegishliligi aniqlanadi. Mahalliy ishlab chiqaruvchi korxonalarning turistik talab bilan bog‘liq qo‘shilgan

qiymati alohida hisoblanib, keyin konsolidatsiya qilinadi. Hududiy yalpi qo‘shilgan qiymat hisobida bir korxonaning boshqa korxonadan xarid qilgan oraliq mahsuloti ikki marta kiritilmaydi. Mahalliy xodimlar ish haqi, soliq va mulk daromadi ko‘rsatkichlari qo‘shilgan qiymat tarkibidagi taqsimot elementlari sifatida tahlil qilinadi, unga avtomatik tarzda qayta qo‘shilmaydi. Agar korxona daromadlarining hududiy egalik tuzilmasi aniqlanmasa, «viloyatda yaratilgan qo‘shilgan qiymat» bilan «viloyat rezidentlariga qolgan daromad» bir-biridan farqlab berilishi shart.

To‘rtinchi bosqichda turist xarajatining mahalliy qiymat yaratish koeffitsiyenti taklif etiladi: $KMQ = QV_t / TX$, bunda QV_t — kuzatilgan davrda turistlar talabiga bog‘liq holda viloyat hududida yaratilgan qo‘shilgan qiymat, TX — turistlarning hisobga olingan jami xarajati. Mazkur nisbatning nazariy talqini oddiy bo‘lsa-da, hisoblash uchun xizmatlar bo‘yicha talabni alohida ajratish va korxona mahsulotlari tarkibini bilish talab qilinadi. Shuning uchun birlamchi tadqiqotning dastlabki bosqichida KMQni to‘liq va ishonchli aniqlash imkoni bo‘lmasa, faqat mahalliy to‘lovlar va xaridlar ulushi bo‘yicha chegaralangan baho berilishi mumkin. Bunday hollarda natijani «mahalliy qo‘shilgan qiymat» deb nomlash mumkin emas.

Beshinchi bosqichda xizmatlar integratsiyasining iqtisodiy mexanizmi kuzatiladi. Har bir mehmonxona, oilaviy mehmon uyi yoki ekskursiya tashkilotchisidan qaysi mahalliy firmalar bilan hamkorligi, shartnoma davomiyligi, o‘zaro buyurtmalar miqdori va umumiy mahsulotdagi ulushi haqida ma’lumot olinadi. Ushbu ko‘rsatkichlar tarmoqdagi aloqa zichligini aniqlashga xizmat qiladi. Shartnomalar soni qancha ko‘p bo‘lsa, integratsiya shuncha samarali degan taxmin avtomatik qabul qilinmaydi: yuzaki shartnoma real savdo oqimi yaratmasligi mumkin. Shu sababli hamkorlik hujjatlari, realizatsiya qiymati va turist tajribasi birgalikda tahlil qilinadi. Rasmiy integratsiya bilan iqtisodiy natija o‘rtasidagi farq shu orqali ochiladi.

Surxondaryo viloyatining turistik taklifi hududiy jihatdan bir xil emas. Termizda madaniy-tarixiy tashriflar va shahar servis infratuzilmasi, Boysunda etnomadaniy hamda tog‘ turizmi, Sariosiyo atrofida tabiiy-rekreatsion sayohatlar, Denov va Sherobodda esa turli marshrutlarni bog‘lash imkoniyati tadqiqot uchun alohida birliklarni shakllantiradi. Bu tasnif empirik sinov uchun dastlabki gipoteza bo‘lib,

tumanlarning rasmiy ixtisoslashuv reytingi emas. Tahlilga turistik oqimlar, xizmatlar geografiyasi, avtomobil yo‘llari va transport yetib borish vaqti ham kiritilishi kerak. Bir turdagi hududlar o‘rtasidagi qiyoslash natijasi hamda turli turdagi hududlar o‘rtasidagi tafovut alohida talqin etiladi.

Tanlanma shakllantirishda uch guruh respondentni qamrab olish maqsadga muvofiq: turistlar, mehmondo‘stlik korxonalari va mahalliy yetkazib beruvchilar. Turistlar orasida bir kunlik tashrifchilar bilan tunab qoluvchilar farqlanadi; korxonalar orasida mehmonxona va oilaviy mehmon uylarining xarajat strukturalari alohida ko‘riladi. Mahalliy yetkazib beruvchilarga oziq-ovqat yetishtiruvchilar, hunarmandlar, tashuvchilar, gidlar va boshqa xizmat ko‘rsatuvchilar kiradi. Har bir guruhdan olinadigan ma’lumotlar bir xil vaqt davriga tegishli bo‘lishi, mavsumlar kesimida muvozanatlashtirilishi va so‘rovda umumiy xarajat tarkibini ajratish imkoniyati saqlanishi lozim. Respondentlar soni statistik quvvat hisobidan keyin belgilanadi; hozircha aniq sonni ilmiy natija sifatida ko‘rsatish uchun asos yo‘q.

Xarajat so‘rovida xotira xatosi alohida e’tibor talab qiladi. Safar yakunida katta to‘lovlarni eslash osonroq, mayda xaridlar esa ko‘pincha unutiladi. Shu sababli tungi joylashtirish narxi, ovqatlanish, yengil transport, esdalik sovg‘alari va ekskursiya xarajatlarini alohida so‘rash natijani yaxshilashi mumkin. Mahalliy va tashqi tashkilotlarga o‘tkazilgan oldindan to‘lovlar alohida savol bilan aniqlanadi. Korxonalar so‘rovida esa biznes sirlariga daxldor ma’lumotlarning maxfiyligini ta’minlash zarur. Javoblar korxona nomi bilan e’lon qilinmasligi, xususiy ma’lumotlardan faqat umumlashtirilgan iqtisodiy hisoblar uchun foydalanilishi ishtirokchilarga tushuntiriladi.

Hududiy natijalarni solishtirishda turistlar tarkibi va xizmat narxini nazorat qilish talab etiladi. Masalan, bir hududda bir kunlik ziyorat tashriflari, boshqasida esa ikki-uch kunlik tabiiy sayohatlar ustun bo‘lsa, umumiy xarajatning katta chiqishi xizmat integratsiyasi kuchliroq ekanini bildirmaydi. Xarajatlar tunash soniga, turistning kelib chiqish guruhiga va safar turiga nisbatan standartlashtirilishi lozim. Shuningdek, mehmondo‘stlik korxonasining xonalar soni, foydalanish koeffitsiyenti, geografik masofa va raqamli savdo kanallariga chiqish imkoniyati natijani tushuntiruvchi omillar sifatida qayd etiladi. Ushbu nazorat o‘zgaruvchilari bo‘lmasa, korxonalararo hamkorlik

ta’sirini boshqa iqtisodiy sharoitlar ta’siridan farqlash qiyin. Integratsiyaning natijadorlikka ta’sirini tekshirishda iqtisodiy modelning birinchi vazifasi korxona yoki hududning dastlabki farqlarini hisobga olishdir. Shartli tarzda bir turistga to‘g‘ri keladigan mahalliy xarajatni natijaviy o‘zgaruvchi, xizmatlar integratsiyasi indeksini asosiy tushuntiruvchi o‘zgaruvchi, tunash davomiyligi, narx darajasi, turizm turi va transport qulayligini nazorat o‘zgaruvchilari deb olish mumkin. Model $Y_i = \alpha + \beta I_i + \gamma X_i + \varepsilon_i$ shaklida ifodalanadi. Bu yerda β koeffitsiyentining statistik ahamiyati integratsiya bilan xarajat o‘rtasidagi assotsiatsiyani bildiradi. Kesim ma’lumotidan olingan ijobiy β koeffitsiyenti o‘z-o‘zidan sababiy ta’sirning isboti bo‘la olmaydi.

Sababiy talqin muhim bo‘lsa, vaqt bo‘yicha takroriy kuzatuv yoki yangi kooperatsiya dasturi joriy qilingan va qilinmagan korxonalarni taqqoslash maqsadga muvofiq. Masalan, ayrim mehmon uylari mahalliy gidlar va ovqatlanish korxonalari bilan yagona bronlash xizmatini yo‘lga qo‘yganida, dasturdan avvalgi va keyingi xarajat tuzilishi o‘rganilishi mumkin. Biroq bunday yondashuv faqat guruhlar dasturga qadar o‘xshash yo‘nalishda rivojlangan bo‘lsa ishonchliroq natija beradi. Saylanish xatosi, vaqtinchalik festivallar va turistik mavsum ta’siri nazorat qilinishi shart. Dastur amalda o‘tkazilmaguncha uning natijasini tasdiqlangan iqtisodiy samara sifatida ko‘rsatish ilmiy jihatdan noto‘g‘ri.

Hisoblashda indeks yaratishning ham uslubiy cheklovi mavjud. Integratsiya indeksiga shartnomalar, elektron bronlash, mahalliy xarid, qo‘shma marshrut va tavsiyalar soni kiritilsa, ko‘rsatkichlarning har xil o‘lchov birliklari ularni me’yorlashtirishni talab qiladi. Og‘irliklarni faqat muallif xohishiga ko‘ra belgilash natijani subyektivlashtiradi. Ekspert bahosi, asosiy komponentlar usuli va teng og‘irlikli variantlarni sezgirlik tahlilida qiyoslash mumkin. Biroq indeksga mahalliy xaridlar ulushini kiritib, keyin ayni ulush bilan uning korrelyatsiyasini «integratsiya samarasi» deb talqin qilish mexanik bog‘liqlikni keltirib chiqaradi. Shu sababli tushuntiruvchi indeks va natija o‘zgaruvchilarining tarkibi bir-biridan metodologik jihatdan ajratilishi kerak.

Investitsiyalarning baholanishida ham shunga yaqin muammo uchraydi. Mehmonxona, yo‘l, axborot platformasi yoki turistik markazga sarflangan mablag‘

iqtisodiy samara uchun zarur sharoit yaratadi, lekin daromadning shakllanishi bozor talabi va korxona boshqaruviga bog‘liq. Investitsiya hajmini hududiy xarajatning saqlanish koeffitsiyenti bilan oddiy taqqoslash buning sababini tushuntirmasligi mumkin. B.X. Asadovning Surxondaryo turizmiga investitsiya jalb qilishga bag‘ishlangan maqolasi mazkur omilni alohida tahlil qilish zarurligini ko‘rsatuvchi mavzuiy manba sifatida foydalaniladi [1]. Investitsiyaning iqtisodiy qaytimi esa loyiha xarajati, operatsion pul oqimi, vaqt omili va muqobil foydalanish qiymati orqali hisoblanishi lozim.

Mehmondo‘stlikdagi iqtisodiy aloqalar faqat korxonalar o‘rtasidagi xaridlardan iborat emas. Hududda malakali administrator, gid, oshpaz, servis menejeri va raqamli savdo mutaxassisi mavjudligi turistik mahsulot sifatini belgilaydi. Xodimlar qo‘nimsizligi ortsa, xizmat bir maromda ko‘rsatilmasligi, o‘qitishga sarflangan mablag‘ qaytimi kamayishi hamda mavsumiy talabga javob berish qiyinlashishi mumkin. Abdurayimovning kadrlar qo‘nimsizligiga oid ishi hamda Raxmatovning malakali kadrlar muammosiga bag‘ishlangan monografiyasi turizmning inson kapitaliga bog‘liq jihatlarini nazariy yoritish uchun muhimdir [3; 5]. Lekin mazkur ishlarga Surxondaryo mehmonxonalaridagi aniq qo‘nimsizlik darajasi nisbat berilmaydi; bunday ko‘rsatkichni mustaqil ravishda o‘lchash zarur.

Mahalliy ta’minotni kuchaytirish ayniqsa gastronomiya, hunarmandchilik va oilaviy mehmon uylarida iqtisodiy ahamiyat kasb etishi mumkin. Mehmon uyi ovqatlanish xizmatida mahalliy fermer mahsulotidan foydalansa, xizmatlararo buyurtma hosil bo‘ladi. Biroq bunday aloqa barqaror bo‘lishi uchun mahsulot sifati, sanitariya talablari, mavsumiy yetkazib berish va to‘lov intizomi ta’minlanishi kerak. Hududiy kooperatsiya faqat «mahalliy mahsulotni ko‘proq xarid qilish» shiori bilan ishlamaydi: mahalliy xaridning yakuniy narx, sifat va yetkazib berish xavfiga ta’siri ham baholanadi. Maqsad turist tajribasini yomonlashtirmasdan, mahalliy qiymat yaratish imkoniyatini kengaytirishdir.

Hududiy qiymat zanjirini boshqarishda talabni oldindan ko‘ra bilish muhim. Turistik obyektga keluvchi tashrifchilar oqimi haqida mehmon uylari va ovqatlanish korxonalari vaqtida ma’lumot olsa, xomashyo va xodimlar rejasini muvofiqlashtirishi

mumkin. Lekin yagona raqamli tizim mavjudligining o‘zi integratsiyaning iqtisodiy samaradorligini tasdiqlamaydi. Platformada nechta subyekt faol ishtirok etayotgani, birgalikdagi buyurtmalar qanday bajarilgani, bekor qilingan xizmatlar ulushi va mijoz shikoyatlari o‘zgarishi ham o‘lchanishi lozim. Bu indikatorlar iqtisodiy maqsad bilan turist ehtiyojini o‘zaro bog‘lashga xizmat qiladi.

Turizmning mahalliy daromadga ta’sirini ijtimoiy natijadan ajratish ham muhim. Kichik oilaviy biznesda oila a’zolari ko‘pincha to‘liq ish haqi hisoblanmasdan ishlaydi. Shunday holatda korxonaning buxgalteriya foydasi bilan oilaning mehnat daromadi bir xil emas. Mahalliy tadbirkorlik rivojini baholash uchun naqd va naqdsiz tushum, haq to‘lanadigan mehnat, oilaviy bandlik, xarid xarajatlari va sof foydani alohida aniqlash kerak. Shuningdek, mavsumdan tashqari davrda faoliyatning saqlanishi tekshiriladi. Bu yondashuv turistik xarajatlarning yalpi hajmidan ko‘ra hudud aholisi manfaatiga ta’sirini izohlashga ko‘proq mos keladi.

Taklif etilgan baholash tizimi bir-biriga bog‘liq, lekin mazmuni turlicha bo‘lgan natijalarni ajratadi: turistning hududdagi jami xarajati, mahalliy yetkazib beruvchilar xaridlari ulushi, hududda yaratilgan qo‘shilgan qiymat, mahalliy rezidentlarga tegishli daromad va turizm bilan bog‘liq bandlik sifati. Birinchi ikki ko‘rsatkichni nisbatan qisqa muddatli so‘rov orqali baholash mumkin. Uchinchi va to‘rtinchi ko‘rsatkichlar batafsil korxona hamda hisob ma’lumotlarini talab qiladi. Beshinchi ko‘rsatkich esa xodimlar holati, bandlik davomiyligi va ish haqini qamrab oladi. Ko‘rsatkichlarni yagona «turizm foydasi» degan umumiy raqamga birlashtirish ma’lumot manbalari va hisob chegaralari turlicha bo‘lgani sababli ehtiyotkorlikni talab qiladi.

Surxondaryo misolida ayni bir metodikani barcha tumanlarga mexanik tarzda tatbiq etish maqbul emas. Termizdagi shahar xizmatlari va Boysun tog‘-etnografik marshrutida turist xarajatlarining tarkibi bir-biridan farq qilishi mumkin. Shu bois taqqoslanadigan ko‘rsatkichlar turistik safar turi, tunash davomiyligi, mavsum va transport mavjudligi bo‘yicha qatlamlanadi. Mahalliy mahsulot yetkazib berish imkoniyati keng bo‘lgan hudud uchun xarid koeffitsiyenti ma’lum darajada yuqori chiqishi tabiiy; bu har doim boshqaruv yaxshiroq ekanini anglatmaydi. Natijani baholashda hududning iqtisodiy tuzilishi va uning turistik ixtisoslashuvi hisobga olinadi.

Mazkur paragrafdagi metodik takliflarning amaliy qimmati keyingi bosqichdagi empirik ma’lumotlar bilan belgilanadi. Hozirgi bosqichda statistik jadval joylashtirish va ovqatlanish xizmatlari hajmidagi o‘zgarishni ko‘rsatadi, lekin hududda saqlangan sof turistik daromadni hisoblash uchun yetarli emas. Turist xarajatlari bo‘yicha so‘rov, korxonalarning mahalliy xaridlari va qo‘shilgan qiymat tarkibi to‘plangandan keyingina KMQ koeffitsiyenti, uning tumanlararo farqi hamda xizmatlar integratsiyasi bilan aloqasi asosli hisoblanishi mumkin. Shundan so‘ng turistik marshrutlarni kengaytirish, mahalliy mahsulotlar kooperatsiyasi yoki qo‘shma bronlash bo‘yicha takliflarning natijasi iqtisodiy jihatdan sinovdan o‘tkaziladi. Xulosa sifatida aytish mumkinki, turistik xarajatlarning hududiy iqtisodiyotda saqlanishi mehmondo‘stlik korxonalari aylanmasidan ko‘ra kengroq, ammo aniq chegaralangan hisoblash obyektidir. Uni o‘lchashda turist to‘lovi va ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan qo‘shilgan qiymat o‘rtasidagi farq saqlanishi, oraliq xaridlar ikki marta hisoblanmasligi, hududda yaratilgan qiymat bilan rezidentlar olgan daromad ajratilishi kerak. O‘zbekiston olimlarining investitsiya, bandlik va inson kapitali bo‘yicha ishlari mazkur izlanishning nazariy asosini boyitadi; Surxondaryo misolida esa muammo yangi birlamchi ma’lumotlar bilan iqtisodiy jihatdan tekshirilishi zarur. Integratsiya samaradorligining ishonchli bahosi mehmondo‘stlik, transport, ekskursiya, savdo va mahalliy ta’minot subyektlari o‘rtasidagi real tranzaksiyalar aniqlangandagina shakllanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Asadov B.X. Surxondaryo viloyatida turizm sohasiga investitsiyalar jalb etishning hozirgi holati va istiqbollari // Eurasian Journal of Mathematical Theory and Computer Sciences. – 2025. – J. 5, № 11 (maxsus son). – B. 167–169. https://inlibrary.uz/index.php/ejmtcs/article/view/139181

2. Abdurayimov U.A. Turizm sohasini rivojlantirish orqali aholi bandligini oshirishning yo‘nalishlari: ilmiy maqola. – Samarqand: STEP-SEL, 2025. https://arm.sies.uz/books/turizm-sohasini-rivojlantirish-orqali-aholi-bandligini-oshirishning-yonalishlari

3. Abdurayimov U.A. O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlanish holati va kadrlar qo‘nimsizligi: ilmiy maqola. – Samarqand: STEP-SEL, 2025.

https://arm.sies.uz/books/ozbekistonda-turizm-sohasini-rivojlanish-holati-va-kadrlar-qonimsizligi

4. Raxmatov A.I. Mintaqalar barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida turizm sohasida malakali kadrlar tayyorlash va bandligini ta’minlashning metodologik asoslari: ilmiy maqola. – 2025. https://arm.sies.uz/books/mintaqalar-barqaror-ijtimoiy-iqtisodiy-rivojlanishida-turizm-sohasida-malakali-kadrlar-tayyorlash-va-bandligini-taminlashning-metodologik-asoslari

5. Raxmatov A.I. Turizm sohasida yuqori malakali kadrlar tayyorlash: muammolari va yechimlari: monografiya. – Samarqand: STEP-SEL, 2023. – ISBN 978-9910-752-43-8. https://arm.sies.uz/public/books/turizm-sohasida-yuqori-malakali-kadrlar-tayyorlash-muammolari-va-yechimlari

6. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Joylashtirish va ovqatlanish xizmatlari hajmi (yillik, tumanlar va shaharlar kesimida) // SIAT ochiq ma’lumotlar tizimi. – 2026-yil 12-noyabrda yangilangan. https://siat.stat.uz/data/4462/?lang=en