

**O'ktam JIYANOV,**  
**O'zbekiston xalqaro ishlomshunoslik akademiyasi,**  
**“Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedrası dotsenti v.b.**  
**Turizmni rivojlantirish ilmiy tadqiqot instituti mustaqil tadqiqotchisi**

## **TURIZM XIZMATLARI SAMARADORLIGINI BAHOLASHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR**

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada turizm xizmatlari samaradorligini baholashning zamonaviy yondashuvlari tahlil qilingan. Tadqiqotda turizm xizmatlarining iqtisodiy, servis, raqamli, innovatsion va institutsional jihatlarini kompleks baholashga qaratilgan Turizm xizmatlari samaradorligi indeksi (Tourism Service Efficiency Index – TSEI) hamda turist tomonidan yaratilayotgan iqtisodiy qiymatni aniqlovchi Iqtisodiy Turistik Qiymat (Economic Tourist Value – ETV) modellari taklif etilgan. Shuningdek, “Smart Tourism Uzbekistan” platformasi asosida mazkur modellarni amaliyotga joriy etish imkoniyatlari asoslab berilgan.

**Kalit soʻzlar:** turizm xizmatlari, samaradorlikni baholash, TSEI, ETV, Smart Tourism Uzbekistan, raqamli transformatsiya, innovatsion indikatorlar, turizm iqtisodiyoti, turizm boshqaruvi.

**Аннотация.** В данной статье проанализированы современные подходы к оценке эффективности туристских услуг. Предложены модели Индекса эффективности туристских услуг (Tourism Service Efficiency Index – TSEI), предназначенного для комплексной оценки экономических, сервисных, цифровых, инновационных и институциональных аспектов туризма, а также модели Экономической туристской ценности (Economic Tourist Value – ETV), определяющей экономическую ценность, создаваемую одним туристом. Кроме того, обоснованы возможности практического внедрения данных моделей на основе платформы Smart Tourism Uzbekistan.

**Ключевые слова:** туристские услуги, оценка эффективности, TSEI, ETV, Smart Tourism Uzbekistan, цифровая трансформация, инновационные индикаторы, экономика туризма, управление туризмом.

**Abstract.** This article analyzes modern approaches to assessing the efficiency of tourism services. The study proposes the Tourism Service Efficiency Index (TSEI) model for the integrated evaluation of economic, service, digital, innovation, and institutional aspects of tourism, as well as the Economic Tourist Value (ETV) model for measuring the economic value generated by an individual tourist. Furthermore, the possibilities of implementing these models through the Smart Tourism Uzbekistan platform are substantiated.

**Keywords:** tourism services, efficiency assessment, TSEI, ETV, Smart Tourism Uzbekistan, digital transformation, innovative indicators, tourism economics, tourism management.

XXI asrda turizm jahon iqtisodiyotining eng dinamik rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylandi. Globalizatsiya, transport-logistika tizimlarining takomillashuvi, raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi hamda aholi daromadlarining oʻsishi natijasida turistik xizmatlarga boʻlgan talab yil sayin ortib bormoqda. Jahon turizm bozori nafaqat iqtisodiy oʻsishning muhim manbai, balki hududiy rivojlanish, bandlikni taʼminlash, madaniy almashinuvni kuchaytirish va investitsiyalarni jalb etishning samarali vositalaridan biri sifatida namoyon boʻlmoqda. Xususan, UN Tourism maʼlumotlariga koʻra, 2025-yilda xalqaro turistlar soni 1,52 milliarddan ortib, pandemiyadan oldingi darajadan ham yuqori natijaga

erishgan<sup>18</sup>. Bu esa turizmning global iqtisodiy tizimdagi o'rnini tobora mustahkamlanib borayotganini tasdiqlaydi.

So'nggi yillarda turizm sohasida yuz berayotgan tarkibiy o'zgarishlar mazkur tarmoq faoliyatini baholashga bo'lgan yondashuvlarni ham tubdan qayta ko'rib chiqishni talab qilmoqda. An'anaviy ravishda turizm samaradorligi turistlar soni, turizm xizmatlari hajmi, foyda, rentabellik va daromad ko'rsatkichlari orqali baholanib kelgan. Mazkur indikatorlar turizmning iqtisodiy natijalarini aks ettirishda muhim ahamiyatga ega bo'lsa-da, zamonaviy turizmning ko'p qirrali xususiyatlarini to'liq ifodalash imkoniyatiga ega emas. Ayniqsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida turistlarning xatti-harakati, xizmat sifati, mijoz tajribasi, innovatsion yechimlardan foydalanish darajasi va ekologik barqarorlik kabi omillar turizm samaradorligini belgilovchi muhim mezonlarga aylanmoqda<sup>19</sup>.

Ilmiy adabiyotlarda ham turizm samaradorligini baholash masalasi bo'yicha qarashlar evolyutsiyasi kuzatiladi. Dastlabki tadqiqotlar asosan iqtisodiy natijadorlikka e'tibor qaratgan bo'lsa, keyinchalik turizmning ijtimoiy, ekologik va institutsional ta'sirlarini baholashga oid yondashuvlar shakllandi. Xususan, turizmning iqtisodiyotga multiplikativ ta'siri, mahalliy aholi farovonligiga qo'shayotgan hissasi, xizmatlar sifati va turistlar qoniqish darajasini o'lchash bo'yicha ko'plab ilmiy ishlanmalar yuzaga keldi<sup>20</sup>. Biroq mavjud usullarning aksariyati alohida yo'nalishlarni qamrab olgan bo'lib, turizm xizmatlari samaradorligini yagona integrallashgan tizim asosida baholash masalasi hanuzgacha ilmiy bahs-munozaralar markazida qolmoqda.

Bugungi kunda sun'iy intellekt, Big Data, Internet of Things (IoT), bulutli texnologiyalar va raqamli platformalar turizm xizmatlari bozorining yangi arxitekturasini shakllantirmoqda. Turistlar xizmatlarni tanlash, bronlash, baholash va tavsiya qilish jarayonlarini asosan raqamli platformalar orqali amalga oshirmoqda. Natijada xizmatlar sifati, onlayn reytinglar, sharhlar, mijozlarning qoniqish darajasi va raqamli faollik ko'rsatkichlari turizm korxonalarini raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillardan biriga aylanmoqda<sup>21</sup>. Shu sababli turizm samaradorligini baholash tizimlariga raqamli transformatsiya darajasi, innovatsion faoliyat natijalari va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv indikatorlarini kiritish zarurati yuzaga kelmoqda.

O'zbekiston turizmi ham mazkur global transformatsiyalardan chetda qolayotgani yo'q. So'nggi yillarda mamlakatda turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish, ziyorat turizmini rivojlantirish, yangi turistik yo'nalishlarni shakllantirish hamda raqamli xizmatlarni kengaytirish bo'yicha keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Natijada xorijiy turistlar oqimi, turizm eksporti va

---

<sup>18</sup> UN Tourism. World Tourism Barometer. Volume 24. January 2026. – Madrid: UN Tourism, 2026. – 36 p. URL.: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2026.24.1.1?role=tab>

<sup>19</sup> Buhalis D. Technology in Tourism: From Information Systems to eTourism and Smart Tourism towards Ambient Intelligence Tourism: A Perspective Article // Tourism Review. – 2020. – Vol. 75. – No. 1. – P. 267–272. URL.: <https://www.emerald.com/tr/article-abstract/75/1/267/383695/Technology-in-tourism-from-information?redirectedFrom=fulltext>

<sup>20</sup> Dwyer L., Forsyth P. International Handbook on the Economics of Tourism. – Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2023. – 512 p.

<sup>21</sup> Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart Tourism: Foundations and Developments // Electronic Markets. – 2019. – Vol. 29. – No. 1. – P. 179–188. URL: <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

ichki turizm ko'rsatkichlarida sezilarli o'sish kuzatilmoqda. Biroq amaliyot shuni ko'rsatmoqdaki, mavjud statistik ko'rsatkichlar turizm sohasida yaratilayotgan haqiqiy iqtisodiy qiymatni, xizmatlar sifati darajasini, innovatsion salohiyatni va raqamli transformatsiya natijalarini to'liq aks ettirib bera olmayapti.

Mazkur holat turizm xizmatlari samaradorligini baholashning yangi ilmiy-uslubiy yondashuvlarini ishlab chiqish zaruratini yuzaga keltirmoqda. Xususan, iqtisodiy natijalar bilan bir qatorda ijtimoiy samaradorlik, ekologik barqarorlik, innovatsion rivojlanish, raqamli transformatsiya va institutsional muhit omillarini yagona tizimda baholash imkonini beruvchi kompleks indikatorlar tizimini shakllantirish muhim ilmiy vazifa hisoblanadi. Shu nuqtayi nazardan, turizm xizmatlari samaradorligini ko'p mezonli va integrallashgan baholash metodologiyasini takomillashtirish, shuningdek, zamonaviy raqamli iqtisodiyot talablariga mos keluvchi yangi indeks va ko'rsatkichlarni ishlab chiqish ushbu tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

Shu bilan birga, turizm xizmatlari samaradorligini baholashda qo'llanilayotgan indikatorlar tizimini tahlil qilish mavjud metodologiyalarda bir qator nazariy va amaliy cheklovlar mavjudligini ko'rsatadi. Mazkur cheklovlar turizm faoliyatining haqiqiy natijadorligini kompleks baholash imkoniyatlarini sezilarli darajada toraytiradi.

Birinchiidan, an'anaviy baholash tizimlari ko'proq miqdoriy natijalarga yo'naltirilgan. Masalan, bir hududga tashrif buyurgan turistlar sonining ortishi ko'pincha turizm rivojlanishining asosiy mezoni sifatida talqin qilinadi. Biroq turistlar oqimining ko'payishi har doim ham turizm xizmatlari samaradorligi oshganligini anglatmaydi. Ayrim hollarda turistlar soni ortishi bilan birga ularning o'rtacha xarajatlari kamayishi, qolish muddati qisqarishi yoki xizmatlardan qoniqish darajasi pasayishi mumkin. Natijada statistik ko'rsatkichlar ijobiy bo'lib ko'ringan taqdirda ham turizmning real iqtisodiy samarasi kutilgan darajada bo'lmasligi ehtimoli mavjud.

Ikkinchiidan, mavjud indikatorlar turistlar tomonidan yaratilayotgan qo'shilgan qiymatni yetarlicha aks ettirmaydi. Zamonaviy turizm iqtisodiyotida asosiy e'tibor turistlar sonini ko'paytirishga emas, balki har bir turistning iqtisodiyotga qo'shayotgan hissasini oshirishga qaratilmoqda. Xususan, bir million turist qabul qilgan destinatsiya bilan besh yuz ming turist qabul qilgan, biroq yuqori xarajat qiluvchi va uzoq muddat qoluvchi turistlarga ega destinatsiyaning iqtisodiy samaradorligi keskin farq qilishi mumkin. Shuning uchun turistlar soni ko'rsatkichi iqtisodiy samaradorlikni baholashda yagona mezon sifatida yetarli hisoblanmaydi.

Uchinchiidan, an'anaviy yondashuvlar xizmat sifati va turistlar qoniqishini baholash imkoniyatlarini cheklab qo'yadi. Bugungi kunda turistlar qaror qabul qilishda mehmonxona reytinglari, onlayn sharhlar, tavsiyalar va raqamli platformalardagi baholarga tayanmoqda. Shu sababli turistlar qoniqishi, xizmat ko'rsatish sifati, qayta tashrif buyurish ehtimoli va tavsiya qilish darajasi kabi ko'rsatkichlar turizm samaradorligining muhim indikatorlariga aylanib bormoqda. Biroq amaldagi statistik tizimlarda ushbu omillar ko'pincha ikkilamchi yoki umuman hisobga olinmaydigan ko'rsatkichlar sifatida qolmoqda.

To'rtinchiidan, raqamli transformatsiya jarayonlari an'anaviy baholash

tizimlarining yana bir zaif tomonini yuzaga chiqarmoqda. Turistik xizmatlarning katta qismi bugungi kunda onlayn bronlash platformalari, mobil ilovalar, elektron to'lov tizimlari va raqamli marketing kanallari orqali amalga oshirilmoqda. Shu bilan birga, sun'iy intellekt, Big Data, IoT va smart texnologiyalar turizm infratuzilmasining ajralmas qismiga aylanmoqda. Ammo amaldagi baholash metodologiyalarida raqamli xizmatlar ulushi, onlayn mijozlar faolligi, raqamli innovatsiyalar samaradorligi va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv darajasi kabi ko'rsatkichlar deyarli aks ettirilmaydi.

Beshinchidan, turizm samaradorligini baholashda ekologik va ijtimoiy omillarning yetarlicha hisobga olinmasligi ham muhim metodologik muammo hisoblanadi. So'nggi yillarda turizmning barqaror rivojlanishi masalalari xalqaro tashkilotlar va ilmiy doiralarning diqqat markaziga aylangan. Turizm faoliyatining mahalliy aholi turmush darajasiga ta'siri, ekologik yuklama, resurslardan foydalanish samaradorligi va madaniy meros obyektlarini saqlash masalalari turizmning uzoq muddatli samaradorligini belgilovchi muhim omillardan biri sifatida qaralmoqda. Biroq ko'plab amaliy baholash tizimlari hanuzgacha iqtisodiy natijalar bilan cheklanib qolmoqda.

Turizm xizmatlari samaradorligini baholashda mavjud metodologik cheklovlarni bartaraf etish zamonaviy ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylanmoqda. Xususan, xalqaro tajribalarda qayd etilishicha, zamonaviy turizmning raqobatbardoshligi ko'p jihatdan turistlarning xizmatlardan olgan tajribasi va qoniqish darajasi bilan belgilanadi<sup>22</sup>. Shu nuqtayi nazardan, Customer Satisfaction Score (CSAT) indikator turizm xizmatlari samaradorligini baholashda eng muhim ko'rsatkichlardan biri sifatida qaralmoqda. Mazkur indikator turistlarning mehmonxona, transport, ekskursiya, gastronomik va boshqa xizmatlardan qoniqish darajasini o'lchash imkonini beradi. Amaliyotda CSAT odatda turistlarning xizmat sifati bo'yicha baholarini foizlarda ifodalash orqali aniqlanadi. Yuqori CSAT ko'rsatkichi xizmatlarning iste'molchilar kutgan natijalarga mos kelishini va destinatsiyaning raqobatbardoshligini anglatadi.

Turizm xizmatlari samaradorligini baholashda Net Promoter Score (NPS) ko'rsatkichi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Mazkur indikator turistlarning destinatsiyani boshqa shaxslarga tavsiya qilish ehtimolini baholashga xizmat qiladi<sup>23</sup>. NPS nafaqat xizmat sifati, balki turistlarning umumiy taassuroti va sodiqlik darajasini ham aks ettiradi. Xalqaro tajribada yuqori NPS ko'rsatkichiga ega turistik hududlarda qayta tashrif buyuruvchi turistlar ulushi va turizm daromadlari yuqoriroq bo'lishi kuzatiladi.

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi natijasida turizm samaradorligini baholashda onlayn platformalardagi faoliyat ko'rsatkichlari ham muhim indikatorlarga aylanmoqda. Xususan, Booking.com, TripAdvisor, Expedia va Google Reviews platformalaridagi reytinglar hamda sharhlar turistlar qaror qabul qilishiga

---

<sup>22</sup> Philip Kotler, John Bowen, James Makens. Marketing for Hospitality and Tourism. – London: Pearson Education, 2022. URL: [https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292363523\\_A42098572/preview-9781292363523\\_A42098572.pdf](https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292363523_A42098572/preview-9781292363523_A42098572.pdf)

<sup>23</sup> Frederick Reichheld. The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World. – Boston: Harvard Business Review Press, 2011. URL: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=66157>

sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda<sup>24</sup>. Shu sababli Online Review Score (ORS) yoki raqamli reputatsiya indeksi zamonaviy turizm samaradorligini baholashning muhim komponentlaridan biri sifatida qaralmoqda. Mazkur indikator turistlarning real tajribasini aks ettirishi bilan an'anaviy statistik ko'rsatkichlardan farq qiladi.

So'nggi yillarda turizm xizmatlari samaradorligini baholashda raqamli transformatsiya darajasini o'lchovchi indikatorlar ham keng qo'llanilmoqda. D.Buhalisning ta'kidlashicha, zamonaviy turizm korxonalarini raqobatbardoshligi ko'p jihatdan raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasi bilan belgilanadi<sup>25</sup>. Shu sababli onlayn bronlash ulushi, elektron to'lovlar hajmi, mobil ilovalardan foydalanish darajasi, raqamli marketing samaradorligi va real vaqt rejimida ma'lumotlar almashinuvi ko'rsatkichlari turizm xizmatlari samaradorligini baholashda muhim indikatorlar sifatida qaralmoqda.

Innovatsion rivojlanishni baholash ham turizm samaradorligini aniqlashning muhim yo'nalishlaridan biridir. Xususan, smart tourism texnologiyalarining joriy etilishi, sun'iy intellektdan foydalanish, Big Data asosidagi tahliliy tizimlar, virtual va kengaytirilgan reallik (VR/AR) texnologiyalarining qo'llanish darajasi turizm korxonalarini va destinatsiyalarning innovatsion salohiyatini tavsiflaydi<sup>26</sup>. Ushbu indikatorlar nafaqat xizmatlar sifatini oshirish, balki boshqaruv xarajatlarini qisqartirish va turistlarga individual yondashuvni kuchaytirish imkonini beradi.

Turizm xizmatlari samaradorligini baholashda ekologik va ijtimoiy indikatorlarning ahamiyati ham ortib bormoqda. UN Tourism hamda OECD ekspertlari tomonidan ishlab chiqilgan yondashuvlarda ekologik yuklama, uglerod izi, resurslardan foydalanish samaradorligi, mahalliy aholi bandligi va hududiy iqtisodiyotga ta'sir ko'rsatkichlari barqaror turizmning asosiy indikatorlari sifatida tavsiya etilgan<sup>27</sup>. Mazkur yondashuv turizm samaradorligini faqat iqtisodiy foyda bilan emas, balki uzoq muddatli barqaror rivojlanish nuqtayi nazaridan baholash imkonini beradi.

Yuqoridagi nazariy va amaliy yondashuvlar tahlili shuni ko'rsatadiki, turizm xizmatlari samaradorligini baholash bo'yicha mavjud metodologiyalar alohida yo'nalishlarni qamrab olgan bo'lsa-da, iqtisodiy natijadorlik, xizmat sifati, raqamli transformatsiya, innovatsion rivojlanish va institutsional muhit omillarini yagona integrallashgan baholash tizimida birlashtiruvchi universal metodologiya yetarli darajada shakllanmagan. Ayniqsa, turizm xizmatlarining zamonaviy rivojlanish tendensiyalari sharoitida samaradorlikni ko'p mezonli va kompleks baholashga bo'lgan ehtiyoj tobora ortib bormoqda.

Mazkur ilmiy bo'shliqni bartaraf etish maqsadida ushbu tadqiqot doirasida Turizm xizmatlari samaradorligi indeksi (Tourism Service Efficiency Index – TSEI)

---

<sup>24</sup> Xiang Z., Gretzel U. Role of Social Media in Online Travel Information Search. // *Tourism Management*, 31. – 2009. Pp. 179-188. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>

<sup>25</sup> Buhalis D. Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article // *Tourism Review*. – 2020. – Vol. 75. – No. 1. – Pp. 267–272. URL: <https://www.sciencedirect.com/org/science/article/abs/pii/S1660537319000523>

<sup>26</sup> Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart Tourism: Foundations and Developments // *Electronic Markets*. – 2019. – Vol. 29. – No. 1. – P. 179–188. URL: <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

<sup>27</sup> OECD. *Tourism Trends and Policies 2024*. – Paris: OECD Publishing, 2024. URL: [https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024\\_17ff33a3/80885d8b-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/07/oecd-tourism-trends-and-policies-2024_17ff33a3/80885d8b-en.pdf)

modeli taklif etiladi. Mazkur indeks turizm xizmatlari samaradorligini baholashning integrallashgan instrumenti bo‘lib, iqtisodiy, xizmatlarga oid, raqamli, innovatsion va institutsional komponentlarni yagona baholash tizimiga birlashtirish imkonini beradi. TSEI modelining asosiy g‘oyasi turizm faoliyatini alohida statistik ko‘rsatkichlar yig‘indisi sifatida emas, balki o‘zaro bog‘liq va bir-birini to‘ldiruvchi ko‘p komponentli tizim sifatida baholashga asoslanadi.

Modelning tarkibiy tuzilmasi beshta asosiy blokdan iborat:

*ECO (Economic Efficiency)* – iqtisodiy samaradorlik komponenti;

*SER (Service Quality and Satisfaction)* – xizmat sifati va turistlar qoniqishi komponenti;

*DIG (Digital Transformation)* – raqamli transformatsiya komponenti;

*INN (Innovation Development)* – innovatsion rivojlanish komponenti;

*INS (Institutional Environment)* – institutsional muhit va boshqaruv samaradorligi komponenti.

TSEI indeksining umumiy funksional ko‘rinishi quyidagicha ifodalanadi:

$$TSEI = w_1ECO + w_2SER + w_3DIG + w_4INN + w_5INS$$

bu yerda:

$w_1, w_2, w_3, w_4, w_5$  – komponentlarning vazn koeffitsiyentlari;

$$\sum w_i = 1.$$

Tadqiqotda har bir komponent bir nechta indikatorlar asosida shakllantiriladi. Xususan, ECO blokiga turizm xizmatlari hajmi, turizm eksporti, turist boshiga to‘g‘ri keladigan daromad, mehnat unumdorligi va qo‘shilgan qiymat ko‘rsatkichlari kiritiladi. SER komponenti turistlar qoniqishi (CSAT), tavsiya qilish indeksi (NPS), xizmatlar reytingi va qayta tashrif buyurish ehtimoli orqali baholanadi. DIG blokida onlayn bronlash ulushi, elektron to‘lovlar darajasi, mobil ilovalardan foydalanish va raqamli platformalar integratsiyasi ko‘rsatkichlari hisobga olinadi. INN komponenti smart tourism texnologiyalari, sun‘iy intellekt elementlari va innovatsion xizmatlar ulushi orqali baholanadi. INS blokida esa investitsion jozibadorlik, davlat-xususiy sheriklik loyihalari, normativ-huquqiy muhit va boshqaruv samaradorligi ko‘rsatkichlari aks ettiriladi.

Turli o‘lchov birliklariga ega ko‘rsatkichlarni o‘zaro taqqoslash imkoniyatini yaratish maqsadida barcha indikatorlar Min-Max normallashtirish usuli yordamida 0-1 oralig‘iga keltiriladi. Shundan so‘ng har bir komponentning agregat qiymati aniqlanadi va vazn koeffitsiyentlari asosida integral indeks hisoblanadi. Vazn koeffitsiyentlarini aniqlashda Analitik ierarxiya jarayoni (AHP)<sup>28</sup>, ekspert baholash usuli yoki entropiya metodidan foydalanish mumkin. Ushbu usullar ekspertlarning juft taqqoslashlariga asoslanib, har bir komponentning turizm xizmatlari samaradorligiga ta‘sir darajasini aniqlash imkonini beradi. Xususan, AHP metodining afzalligi shundaki, u turli o‘lcham va xususiyatlarga ega indikatorlarni yagona baholash tizimiga integratsiyalash imkonini yaratadi.

---

<sup>28</sup> Saaty T.L. Decision Making with the Analytic Hierarchy Process // International Journal of Services Sciences. – 2008. – Vol. 1. – No. 1. – P. 83–98. URL: <https://doi.org/10.1504/IJSSCI.2008.017590>

TSEI indeksining interpretatsiyasi quyidagi mezonlarga asoslanadi: 0-0,20 oralig'i juda past samaradorlikni, 0,21-0,40 past samaradorlikni, 0,41-0,60 o'rtacha samaradorlikni, 0,61-0,80 yuqori samaradorlikni, 0,81-1,00 oralig'i esa juda yuqori samaradorlik darajasini ifodalaydi. Bunday yondashuv turizm xizmatlari samaradorligini nafaqat umumiy baholash, balki qaysi komponentlar hisobiga samaradorlik oshayotgani yoki pasayayotganini aniqlash imkonini ham beradi. Masalan, agar muayyan hudud bo'yicha  $ECO=0,72$ ;  $SER=0,81$ ;  $DIG=0,65$ ;  $INN=0,58$ ;  $INS=0,70$  ko'rsatkichlari aniqlansa va barcha komponentlar teng vaznga ega deb qabul qilinsa, integral indeks qiymati 0,69 ni tashkil etadi. Bu esa mazkur hududda turizm xizmatlari samaradorligi yuqori darajada ekanligini ko'rsatadi. Bunday yondashuv hududlar va turistik destinatsiyalarni taqqoslash hamda samaradorlikka eng katta ta'sir ko'rsatayotgan omillarni aniqlash imkonini beradi.

TSEI modelining amaliy ahamiyati shundaki, u hududlar, turistik destinatsiyalar, mehmonxona tarmoqlari yoki butun mamlakat turizm tizimi kesimida taqqoslama tahlillarni amalga oshirish imkonini beradi. Shuningdek, indeks natijalari asosida investitsiya ustuvorliklarini belgilash, turizm siyosatini takomillashtirish, raqamli transformatsiya darajasini baholash hamda turizm infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish mumkin bo'ladi. Shu jihatdan TSEI modeli turizm xizmatlari samaradorligini baholashning kompleks, moslashuvchan va zamonaviy metodologik instrumenti sifatida namoyon bo'ladi.

TSEI modelining amaliy ahamiyati shundaki, u hududlar, turistik destinatsiyalar, mehmonxona tarmoqlari yoki butun mamlakat turizm tizimi kesimida taqqoslama tahlillarni amalga oshirish imkonini beradi. Shuningdek, indeks natijalari asosida investitsiya ustuvorliklarini belgilash, turizm siyosatini takomillashtirish, raqamli transformatsiya darajasini baholash hamda turizm infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha strategik qarorlar qabul qilish mumkin bo'ladi. Shu jihatdan TSEI modeli turizm xizmatlari samaradorligini baholashning kompleks, moslashuvchan va zamonaviy metodologik instrumenti sifatida namoyon bo'ladi.

Biroq zamonaviy turizm tizimining yuqori dinamik xarakterga ega ekanligi TSEI modelini amaliyotga joriy etishda yangi yondashuvlarni talab etadi. Chunki turizm xizmatlari bozori real vaqt rejimida o'zgarib borayotgan talab, turistlar oqimi, raqamli platformalar faoliyati, xizmatlar sifati va iste'molchilar xatti-harakatlari bilan tavsiflanadi. Bunday sharoitda samaradorlik ko'rsatkichlarini faqat davriy statistik hisobotlar asosida baholash tezkor va asosli boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun yetarli bo'lmay qolmoqda. Shu sababli turizm xizmatlari samaradorligini baholashning yangi bosqichi sifatida raqamli monitoring, ma'lumotlarni avtomatik yig'ish va sun'iy intellekt asosida tahlil qilish imkoniyatlarini o'zida mujassamlashtirgan "Smart Tourism Uzbekistan" platformasini shakllantirish zarurati yuzaga keladi.

"Smart Tourism Uzbekistan" platformasi turizm xizmatlari samaradorligini boshqarishning yagona raqamli ekotizimi sifatida taklif etiladi. Platformaning asosiy maqsadi turizm sohasi bo'yicha turli manbalardan kelayotgan ma'lumotlarni integratsiyalash, ularni tahlil qilish va TSEI indeksini real vaqt rejimida hisoblash orqali boshqaruv qarorlarini qabul qilish samaradorligini oshirishdan iborat. Mazkur yondashuv turizm sohasida ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv (data-driven

management) tamoyillarini amaliyotga tatbiq etish imkonini beradi.

Platformaning konseptual modeli to'rtta asosiy funksional blokdan iborat bo'lishi mumkin. Birinchi blok ma'lumotlarni yig'ish va integratsiyalash tizimidir. Ushbu blok turizm qo'mitasi, statistika organlari, mehmonxonalar, turistik operatorlar, transport kompaniyalari, elektron to'lov tizimlari, onlayn bronlash platformalari va mobil ilovalardan ma'lumotlarni yagona bazaga jamlaydi. Natijada turizm sohasida tarqoq holda mavjud bo'lgan axborot resurslari integratsiyalashgan ma'lumotlar omboriga aylantiriladi.

Ikkinchi blok analitik va prognostik modul hisoblanadi. Ushbu modul Big Data texnologiyalari va sun'iy intellekt algoritmlari asosida turistik oqimlarni prognozlash, turistlarning xatti-harakatlarini modellashtirish, xizmatlar sifatini tahlil qilish hamda talab va taklif o'rtasidagi nomutanosibliklarni aniqlash imkonini beradi. Buning natijasida turizm xizmatlari bozorida o'zgarishlarni oldindan baholash va potensial xavflarni kamaytirish imkoniyati yaratiladi.

Uchinchi blok TSEI monitoring markazi bo'lib, u platformaning asosiy funksional elementi hisoblanadi. Mazkur modul orqali iqtisodiy samaradorlik, xizmat sifati, raqamli transformatsiya, innovatsion rivojlanish va institutsional muhit komponentlari bo'yicha ko'rsatkichlar avtomatik ravishda hisoblanadi. TSEI natijalari hududlar, turistik destinatsiyalar va alohida korxonalar kesimida shakllantiriladi hamda interaktiv dashboardlar orqali vizuallashtiriladi. Bu esa turizm tizimining real holatini tezkor kuzatish va tahlil qilish imkonini beradi.

To'rtinchi blok boshqaruv qarorlarini qo'llab-quvvatlash tizimi hisoblanadi. Mazkur modul TSEI indeksining natijalari asosida investitsiya ustuvorliklarini aniqlash, turizm infratuzilmasini rivojlantirish, marketing strategiyalarini takomillashtirish va davlat dasturlarining samaradorligini baholash bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqadi. Natijada platforma oddiy statistik axborot tizimi emas, balki strategik boshqaruv vositasi sifatida faoliyat yuritadi.

"Smart Tourism Uzbekistan" platformasining muhim afzalliklaridan biri turizm xizmatlari samaradorligini baholashda raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt imkoniyatlaridan foydalanishdir. Xususan, turistlarning onlayn sharhlari, mobil ilovalardagi faolligi, elektron to'lovlar statistikasi va geolokatsion ma'lumotlar asosida xizmatlar sifati hamda turistlar qoniqishini baholash mumkin bo'ladi. Bu esa an'anaviy statistik hisobotlarda aks etmaydigan ko'plab sifati ko'rsatkichlarini tahlil qilish imkonini yaratadi.

Taklif etilayotgan platforma konsepsiyasi O'zbekiston turizm sohasini raqamlashtirish bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlarning mantiqiy davomi sifatida qaralishi mumkin. Platforma nafaqat TSEI indeksini hisoblashning texnologik bazasini yaratadi, balki turizm xizmatlari samaradorligini boshqarishning yangi modelini ham shakllantiradi. Shu orqali turizmni boshqarishda statistik yondashuvdan raqamli va intellektual boshqaruv tizimiga o'tish imkoniyati yaratiladi.

Shu bilan birga, platformaning samarali faoliyat yuritishi turizm sohasiga oid ma'lumotlarni shakllantiruvchi asosiy subyektlar o'rtasida integratsiyalashgan axborot almashinuvi tizimini yo'lga qo'yishni talab etadi. Xususan, Turizm qo'mitasi, statistika organlari, transport operatorlari, mehmonxona tarmoqlari, elektron to'lov tizimlari hamda raqamli bronlash platformalaridan olinadigan

ma'lumotlarning yagona axborot makonida jamlanishi turizm xizmatlari samaradorligini kompleks baholash imkoniyatlarini kengaytiradi.

Natijada platforma nafaqat statistik ma'lumotlarni yig'ish va monitoring qilish vositasi, balki turizm xizmatlari samaradorligining turli komponentlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqliklarni aniqlashga xizmat qiluvchi analitik tizim sifatida ham faoliyat yuritadi. Xususan, xizmat sifati, raqamli transformatsiya va innovatsion rivojlanish ko'rsatkichlarining iqtisodiy natijalarga ta'sirini baholash imkoniyati yaratiladi. Bu esa turizm xizmatlari samaradorligini baholashni yangi bosqichga olib chiqib, funksional samaradorlik ko'rsatkichlaridan turistlar tomonidan yaratilayotgan iqtisodiy qiymatni aniqlashga o'tish uchun zarur metodologik asosni shakllantiradi.

Biroq turizm tizimining yakuniy samaradorligi nafaqat xizmatlar sifati, raqamli transformatsiya darajasi yoki innovatsion rivojlanish bilan, balki ushbu omillarning iqtisodiy natijalarga qay darajada transformatsiyalanayotganligi bilan ham belgilanadi. Shu sababli turizm xizmatlari samaradorligini baholashning navbatdagi bosqichida turistlar oqimi ko'rsatkichlaridan turistlar tomonidan yaratilayotgan iqtisodiy qiymatni aniqlashga o'tish zarurati yuzaga keladi. Mazkur yondashuv turizm sektorining real iqtisodiy natijadorligini baholashga xizmat qiladi hamda turizm xizmatlari samaradorligi va iqtisodiy qiymat o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash imkonini beradi. Shu nuqtayi nazardan, ushbu tadqiqotda Bir turist yaratadigan iqtisodiy qiymat (Economic Tourist Value – ETV) modeli taklif etiladi.

ETV modeli turizm iqtisodiyotida bir nafar turist tomonidan yaratiladigan o'rtacha iqtisodiy qiymatni aniqlashga qaratilgan integral ko'rsatkich hisoblanadi. Mazkur modelning asosiy maqsadi turistlar sonini emas, balki turistlarning milliy va hududiy iqtisodiyotga qo'shayotgan real hissasini baholashdan iborat. Boshqacha aytganda, ETV turizm sektorining natijadorligini turistlar oqimi orqali emas, balki har bir turist tomonidan shakllantirilayotgan iqtisodiy samaradorlik orqali o'lchash imkonini beradi.

Taklif etilayotgan ETV modeli quyidagi funksional ko'rinishda ifodalanadi:

$$ETV = (AE \times LS \times MS) \times TM$$

bu yerda:

*AE* (Average Expenditure) – turistning o'rtacha xarajati;

*LS* (Length of Stay) – turistning o'rtacha yashash muddati koeffitsiyenti;

*MS* (Market Structure Coefficient) – turist xarajatlarining mahalliy iqtisodiyotda qolish ulushi;

*TM* (Tourism Multiplier) – turizm multiplikatori.

Mazkur modelning metodologik ishlash algoritmi to'rtta ketma-ket bosqichdan iborat.

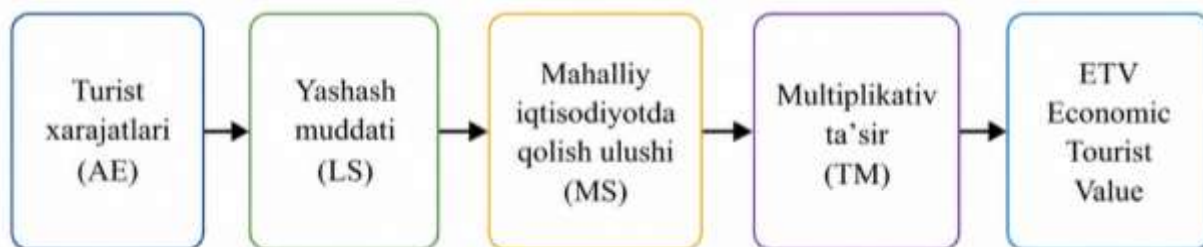
Birinchi bosqichda turistning o'rtacha xarajatlari aniqlanadi. Bunda joylashtirish vositalari, transport xizmatlari, ovqatlanish, ekskursiyalar, savdo va boshqa turistik xizmatlar bo'yicha amalga oshirilgan xarajatlar umumlashiriladi. Natijada bir turistga to'g'ri keluvchi o'rtacha xarajatlar hajmi shakllantiriladi.

Ikkinchi bosqichda turistning destinatsiyada qolish muddati hisobga olinadi. Amaliy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, turistning yashash muddati uzaygan sari uning iqtisodiyotga qo'shayotgan hissasi ham ortib boradi. Shu sababli modelda yashash muddati alohida koeffitsiyent sifatida kiritiladi.

Uchinchi bosqichda turist xarajatlarning mahalliy iqtisodiyotda qolish ulushi aniqlanadi. Mazkur ko‘rsatkich turist sarflagan mablag‘larning qanchalik qismi hududiy iqtisodiyotda saqlanib qolayotganligini ifodalaydi. Agar xarajatlarning katta qismi import mahsulotlari yoki xorijiy platformalar orqali iqtisodiyotdan chiqib ketayotgan bo‘lsa, yaratilayotgan haqiqiy iqtisodiy qiymat kamayadi. Shu sababli Market Structure Coefficient (MS) iqtisodiy samaradorlikni aniqlashda muhim ahamiyatga ega.

To‘rtinchi bosqichda turizm multiplikatori qo‘llaniladi. Turist tomonidan sarflangan mablag‘lar iqtisodiyotda bir necha marotaba aylanishi natijasida qo‘shimcha iqtisodiy samaralar yuzaga keladi. Masalan, mehmonxona daromadi xodimlar ish haqi, oziq-ovqat xaridlari, transport xizmatlari va boshqa iqtisodiy faoliyat turlariga yo‘naltiriladi. Natijada dastlabki xarajat bir necha bosqichli iqtisodiy ta’sirni yuzaga keltiradi.

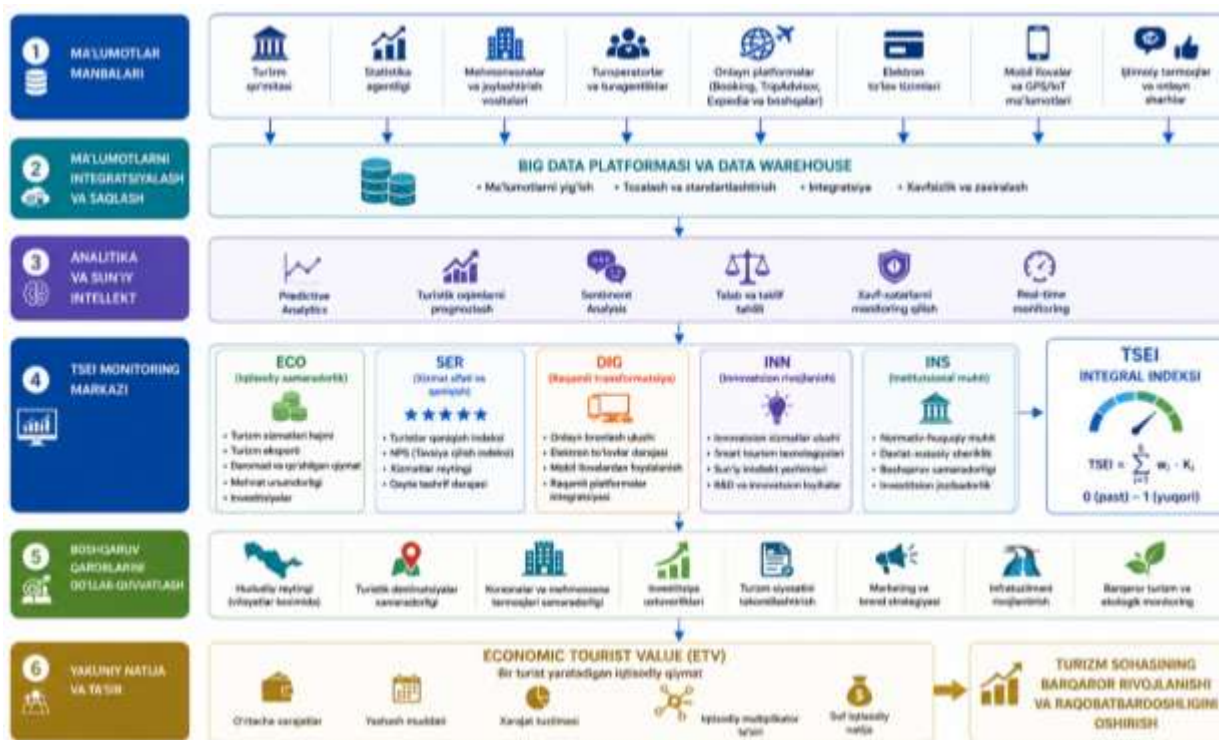
ETV modelining metodologik sxemasi quyidagi ketma-ketlik asosida ishlaydi:



Mazkur yondashuv natijasida nafaqat turistlar soni, balki har bir turist tomonidan yaratilayotgan iqtisodiy qiymat ham aniqlanadi. Bu esa turistik segmentlarni iqtisodiy samaradorlik nuqtayi nazaridan taqqoslash imkonini beradi. Xususan, ziyorat turizmi, gastronomik turizm, ekologik turizm yoki biznes turizmi segmentlarining iqtisodiyotga qo‘shayotgan hissasini baholashda ETV ko‘rsatkichidan foydalanish mumkin.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundaki, ETV modeli TSEI (Turizm xizmatlari samaradorligi indeksi) bilan integratsiyalashgan holda qo‘llaniladi. Bunda TSEI turizm xizmatlarining sifat va boshqaruv samaradorligini baholasa, ETV ushbu samaradorlikning iqtisodiy natijalarga transformatsiyalanish darajasini aniqlaydi. Natijada turizm sektorining funksional samaradorligi va iqtisodiy natijadorligi yagona metodologik tizimda baholanishi mumkin bo‘ladi. Mazkur model va indikatorlar tizimining amaliy qiymati ularni real boshqaruv amaliyotiga joriy etish imkoniyatlari bilan belgilanadi. Shu nuqtayi nazardan, TSEI va ETV modellarini O‘zbekiston turizm tizimida qo‘llashning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Birinchi navbatda, turizm sohasida ma’lumotlarni yig‘ish va qayta ishlashning yagona raqamli infratuzilmasini shakllantirish zarur. Hozirgi vaqtda turizmga oid statistik ma’lumotlar turli davlat organlari, turizm subyektlari va raqamli platformalar bazalarida tarqoq holda shakllanmoqda. Natijada turizm xizmatlari samaradorligini kompleks baholash imkoniyatlari cheklanib qolmoqda. Shu sababli “Smart Tourism Uzbekistan” platformasi negizida turizmga oid ma’lumotlarni integratsiyalashgan holda yig‘ish va qayta ishlash tizimini yaratish maqsadga muvofiq hisoblanadi.



**1-rasm. “Smart Tourism Uzbekistan” platformasi doirasida TSEI indeksini shakllantirish va boshqaruv qarorlarini qo‘llab-quvvatlashning konseptual sxemasi<sup>29</sup>**

Ikkinchidan, TSEI va ETV indikatorlarini turizm statistikasi tizimiga bosqichma-bosqich integratsiyalash zarur. Mazkur yondashuv turizm rivojlanishini baholashda an’anaviy statistik ko‘rsatkichlar bilan bir qatorda xizmat sifati, turistlar qoniqishi, raqamli transformatsiya va iqtisodiy qiymat ko‘rsatkichlaridan ham foydalanish imkonini beradi. Natijada turizm siyosatini shakllantirishda ma’lumotlarga asoslangan boshqaruv tamoyillarini qo‘llash imkoniyati kengayadi.

Uchinchidan, TSEI va ETV natijalari asosida hududiy reyting tizimini joriy etish maqsadga muvofiqdir. Mazkur reyting viloyatlar, turistik destinatsiyalar va turizm korxonalarini faoliyatini kompleks baholash imkonini beradi. Reyting natijalari investitsiya oqimlarini yo‘naltirish, infratuzilma loyihalarini tanlash va davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash choralarini belgilashda muhim axborot manbai bo‘lib xizmat qilishi mumkin.

To‘rtinchidan, sun’iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish asosida TSEI va ETV indikatorlarini prognozlash tizimini shakllantirish maqsadga muvofiqdir. Bunda turistlar oqimi, xarajatlar dinamikasi, xizmatlar sifati va raqamli faollik ko‘rsatkichlari asosida turizm xizmatlari samaradorligining kelajakdagi holatini oldindan baholash imkoniyati yaratiladi. Bu esa strategik rejalashtirish sifatini sezilarli darajada oshiradi.

Taklif etilayotgan mexanizmlarning amaliy joriy etilishi natijasida turizm sektorida samaradorlikni baholashning yangi institutsional modeli shakllanadi. Mazkur model turizm rivojlanishini faqat turistlar soni yoki xizmatlar hajmi bilan emas, balki yaratilayotgan iqtisodiy qiymat, xizmat sifati, innovatsion salohiyat va raqamli transformatsiya darajasi orqali baholash imkonini beradi. Natijada turizm

<sup>29</sup> Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

boshqaruvida miqdoriy ko'rsatkichlarga asoslangan yondashuvdan sifat va natijadorlikka yo'naltirilgan boshqaruv modeliga o'tish uchun zarur metodologik asos yaratiladi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, TSEI modeli turizm xizmatlari sifati va boshqaruv samaradorligini baholashga xizmat qilsa, ETV modeli ushbu samaradorlikning iqtisodiy natijalarga transformatsiyalanish darajasini aniqlash imkonini beradi. Natijada turizm rivojlanishini miqdoriy ko'rsatkichlardan sifat va natijadorlikka asoslangan boshqaruv modeliga o'tkazish uchun zarur ilmiy asos yaratiladi.

Olib borilgan ilmiy izlanishlardan kelib chiqib, quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

- turizm statistikasi tizimini takomillashtirish va unga TSEI hamda ETV indikatorlarini bosqichma-bosqich integratsiyalash;

- “Smart Tourism Uzbekistan” platformasini turizm ma'lumotlarini yig'ish, monitoring qilish va tahlil etishning yagona raqamli ekotizimi sifatida shakllantirish;

- hududlar va turistik destinatsiyalar kesimida TSEI hamda ETV reyting tizimlarini joriy etish orqali turizm rivojlanishining taqqoslama tahlillarini amalga oshirish;

- turizm xizmatlari samaradorligini baholashda sun'iy intellekt, Big Data va raqamli monitoring texnologiyalaridan foydalanish amaliyotini kengaytirish;

- turizm infratuzilmasini rivojlantirish, investitsiya loyihalarini tanlash va davlat dasturlarini baholashda TSEI hamda ETV ko'rsatkichlaridan asosiy analitik instrument sifatida foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Umuman olganda, taklif etilgan metodologik yondashuvlar O'zbekiston turizm sektorida samaradorlikni baholashning zamonaviy tizimini shakllantirish, turizm xizmatlari sifatini oshirish, raqamli transformatsiyani jadallashtirish hamda sohaning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta'minlash uchun muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

***Kamoliddin JAHONGIROV,***  
***O'zbekiston xalqaro ishlomshunoslik akademiyasi,***  
***“Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi” kafedrasi o'qituvchisi***

## **O'ZBEKISTONDA TA'LIM TURIZMINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATI VA ISTIQBOLLARI**

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada ta'lim turizmining jahon turizm tizimidagi o'rni, uning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy ahamiyati hamda rivojlanish tendensiyalari ilmiy asosda tahlil qilingan. Ta'lim turizmining inson kapitalini shakllantirish, “soft power”ni kuchaytirish va barqaror iqtisodiy rivojlanishga xizmat qiluvchi strategik yo'nalish sifatidagi roli yoritilgan. Shuningdek, global bozor dinamikasi hamda O'zbekistonda xorijiy talabalar oqimi bo'yicha statistik ma'lumotlar asosida tahlil amalga oshirilgan. Tadqiqotda mavjud muammolar aniqlanib, ularni bartaraf etish va sohani rivojlantirish bo'yicha ilmiy asoslangan xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.