



## ХУДУДИЙ ТУРИЗМИ РИВОЖЛАНИШДА ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ АСОСИЙ ОМИЛЛАРНИНГ ЭКОНОМЕТРИК ТАҲЛИЛИ

*Дустмуродов Орифжон Исмаилов*  
Тошкент давлат иқтисодиёт университети

**Аннотация.** Ушбу мақолада ҳудудий туризм хизматларини ривожлантиришнинг иқтисодий самарадорлигини ошириш, ҳудудий туризм хизматларини ривожлантиришнинг асосий тамойиллари ва омиллари, иқтисодиётни барқарор ривожлантиришда туризм хизматларини роли, янги иш ўринларини яратиш, шунингдек янги хизмат турларини тадбиқ этиш, туристик ресурслардан мақсадли фойдаланиш, туризм хизматларини рақамлаштириш, туризм хизматлари бозорини тартибга солишнинг илмий-услубий ёндошувлари тўғрисида фикр ва мулоҳазалар келтирилган.

**Калит сўзлар:** туристик ресурс, иқтисодий самарадорлик, замонавий хизматлар, асосий тамойиллар, барқарор иқтисодиёт, рақамли хизматлар асосий омилларнинг.

## ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПОВЫШЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

*Дустмуродов Орифжон Исмаилов*  
Ташкентского государственного  
экономического университета

**Аннотация.** в данной статье представлены идеи и размышления об основных принципах и факторах развития региональных туристических услуг, роли туристических услуг в устойчивом развитии экономики, создании новых рабочих мест, а также внедрении новых видов услуг, целевом использовании туристских ресурсов, обеспечении цифровизация туристических услуг, научно-методические подходы.

**Ключевые слова:** туристический ресурс, экономическая эффективность, современные услуги, базовые принципы, устойчивая экономика, ключевые факторы цифровых услуг.

## ECONOMETRIC ANALYSIS OF THE MAIN FACTORS AFFECTING THE IMPROVEMENT OF ECONOMIC EFFICIENCY IN THE DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM

*Dustmurodov Orifjon Ismatilloevich*  
Tashkent State University of Economics

**Annotation.** this article presents ideas and reflections on the main principles and factors of the development of regional tourism services, the role of tourism services in the sustainable development of the economy, the creation of new jobs, as well as the implementation of new types of services, the targeted use of tourist resources, the digitalization of tourism services, the scientific and methodological approaches.

**Keywords:** tourist resource, economic efficiency, modern services, basic principles, sustainable economy, key factors of digital services.

### Кириш.

Туризм соҳаси иқтисодий самарадорлигининг ошиши туризм хизматларининг ҳар томонлама ривожланганлигида кўринади, яъни бунга туризмнинг мамлакатдаги бошқа ижтимоий-иқтисодий тармоқлар билан параллел равишда ва ўзаро алоқада ривожланиши натижасида эришилади.

Туризм соҳаси маҳаллий аҳоли ҳамда хорижий фуқоролар борадиган минтақаларнинг тарихи, у ердаги тарихий архитектура объектларлари, маҳаллий аҳолининг урф-одатлари, анъаналари, маросимлари бўйича кишилар билимларини ошириш, зиёратгоҳ жойларни зиёрат қилиш, соғломлаштириш хизматларидан фойдаланиш билан бир қаторда шу мамлакат ёки минтақа иқтисодиётига бевосита валюталар оқимини олиб келиш, маҳаллий аҳолининг яшаш шароитини ошириш ва уларни иш билан таъминлашга кўмаклашади. Туризм соҳаси миллий иқтисодиётнинг алоҳида тармоғи сифатида ўзига хослиги билан ажралиб туради. Унинг маҳсулоти муайян турдаги хизматлардан фойдаланишга бериладиган ҳуқуқ бўлиб, бу хизматларнинг ўзи эса иқтисодиётнинг бошқа тармоқларида яратилади.

Жаҳонда туризм хизматлари бозорини ривожлантиришга асосий тўсиқ бўлиб келаётган муаммоларни аниқлаш ва уларнинг самарали ечимларини излашга қаратилган тадқиқотларни ўтказиш ҳозирги даврда устивор йўналишлардан бири бўлиб ҳисобланади. Бу жараёнда ҳудудий туризмга минтақада ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг муҳим омили сифатида қаралмоқда ва миллий иқтисодиётда туризмни ривожлантиришнинг самарали моделини ишлаб чиқишга алоҳида эътибор берилмоқда. Бунда ҳудудий туризмга тўғридан-тўғри инвестицияларни жалб қилиш ва туризмнинг иқтисодий самарадорлигини ошириш муҳим масалалар қаторига киритилган.

Бугунги кунда республикада иқтисодиёт тармоқларини модернизация қилиш, инновацион ривожлантиришга қаратилган ислохотлар натижасида туризм соҳаси ҳам янги босқичга кўтарилди. Мамлакатимизда туризм фаолиятини раванқ топтириш масаласи бўйича муҳим фармон ва қарорлар қабул қилинди. Жумладан, 2022 йил 18 февралда Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Туризм, маданий мерос ва спорт соҳаларида давлат бошқарувини такомиллаштиришга доир ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-75-сон Фармони, 2022 йил 18 февралда “Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Туризм ва маданий мерос вазирлиги фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”ги ПҚ-135-сон Қарори, 2022 йил 4 апрелда Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ички туризм хизматларини диверсификация қилишга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-232-сон Қарори қабул қилинди.

### Адабиётлар шарҳи.

Ҳудудий туризмни ривожлантиришнинг иқтисодий самарадорлигини ошириш хусусида дунёнинг етакчи олимларидан Сурков ва Криворучконинг (2009) “Международный туризм в России: проблемы развития и управления” номли асарида Россияда халқаро туризм бозори ривожланишининг асосий йўналишлари ва интеграцион жараёнлар, туризм индустрияси субъектлари фаолияти, халқаро туризмни тартибга солиш механизмлари, халқаро туристик сиёсатнинг мақсадлари, вазифалари ва устувор йўналишлари бўйича тадқиқотлар ўтказилган. Шунингдек мамлакатимизнинг етакчи олимлари Абдувоҳидов (2019) “Туризм ривожланишининг таҳлили ва прогнози” номли мақоласида туризм соҳасини ривожланиши бир қанча иқтисодий-ижтимоий омиллар билан боғлиқ эканлигини, “Барча соҳаларда бўлгани каби туризмда ҳам ҳал қилиниши керак бўлган қатор муаммо ва камчиликлар мавжуд, албатта. Логистика, инфратузилма, меҳмонхона ва тезюрар поездларда жой етишмаслиги, ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш, туризм тармоғи кадрлари салоҳиятини ошириш билан боғлиқ қатор муаммолар ечими изланмоқда” эканлигини айтиб ўтган. Алимова (2017) ўзининг “Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари” номли докторлик диссертациясида туризм бозорида талаб ва таклифни мувофиқлаштириш, маркетинг концепцияси орқали туристик маҳсулотлар рақобатбардошлигини ошириш, туризм соҳаси ривожланишининг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш ҳамда ҳудудий туристик кластерни шакллантириш бўйича илмий мулоҳазалар келтирилган ҳамда туризм ривожланишининг иқтисодий самарадорлигини ошириш омиллари, глобаллашув жараёнларининг туристик фаолиятга таъсири ва туризм дестинацияси ривожланиш хусусиятларига алоҳида эътибор қаратилган. Тухлиев, Ҳайитбоев ва бошқаларнинг (2014) тадқиқотлари мамлакатимизда туризм соҳасини ва индустриясини ривожлантириш, туристик-рекреацион хизматларни кенгайтиришга қаратилган бўлиб, уларда туризмда рекреацион хизматларнинг шаклланиши масалаларига атрофлича эътибор қаратилган. Мазкур тадқиқотларда туризм соҳасини давлат томонидан тартибга солиш ва унинг инфратузилмасини ривожлантириш масалалари ёритилган. Амонбоев, Абидова ва бошқ. (2019) илмий ишларида

туризм дам олиш структурасини яратади, у нафақат туристлар томонидан, балки маҳаллий аҳоли учун ҳам фойдаланилиши мумкин, янги туристик марказларнинг пайдо бўлиши сервис савдо марказларининг пайдо бўлишига, йўлларнинг қурилишига, ҳордиқ чиқариш корхонларининг вужудга келишига олиб келади ва у ўраб турган инфратузилмага, истеъмол бозорига ва бошқа тадбиркорлик фаолиятларига ижобий таъсир кўрсатади деган фикрларни билдиришган.

#### **Тадқиқот методологияси.**

Тадқиқот ишида инновацион иқтисодиётнинг шаклланиши шароитида ҳамда жаҳонда юз бераётган турли салбий иқтисодий ўзгаришлар, туризм соҳасини комплекс ривожлантириш, ҳудудий туризм ривожланишининг иқтисодий самарадорлигини ошириш, туризм хизматларини ривожлантиришнинг асосий тамойиллари ва омиллари ўрганилиб, мазкур йўналиш бўйича иқтисодчи олимлар ва мутахассисларнинг фикрларига таянган ҳолда таҳлил ва синтез, кузатиш, гуруҳлаш, қиёсий таҳлил, тизимли ёндашув, расмий-мантиқий, операцияларни тадқиқ этиш, статистика ва иқтисодий таҳлил каби усуллар орқали туризм соҳаси ривожланишининг ўстувор йўналишларини белгилаш таклиф этилган. Шунингдек, ҳудудларда туристик объектлар фаолиятини самарали ташкил этиш, туристик инфратузилмаларни оқилона ривожлантириш ва сифатли кадрларни тайёрлаш ҳамда туризм индустрияси ривожланишини қўллаб-қувватлаш даражалари бўйича омилларга оид аниқ тавсиялар ишлаб чиқилган.

#### **Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.**

Эътироф этиш керакки, сўнги йилларида Мамлакатимизда туризм инфратузилмаси ривожланиб, туристлар учун мўлжалланган объектларнинг ҳар томонлама мақбуллиги, транспорт ва меҳмонхона хизматлари ва умуман, сайёҳлик логистикаси билан боғлиқ барча хизматларнинг қулайлиги, хавфсизлиги, замонавий ахборот технологияларининг жорий этилганлиги таъминланди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш. Мирзиёевнинг Олий Мажлисга йўллаган Мурожаатномасида туристик имкониятлар ҳақида қуйидагича таъкидланди: “Ҳозирги кунда миллий иқтисодиётга юқори даромад келтирадиган истиқболли тармоқлардан бири бу туризмдир. Ўзбекистон туризм соҳасида улкан салоҳиятга эга бўлган давлат ҳисобланади. Юртимизда 7 минг 300 дан ортиқ маданий мерос объектлари мавжуд ва уларнинг аксарияти ЮНЕСКО рўйхатига киритилган”<sup>73</sup>. Самарқанд вилояти мамлакатимизнинг юқори иқтисодий салоҳиятга, бой тарих ва маданиятга эга ҳудудларидан бири ҳисобланади. Кейинги йилларда вилоятда янги корхоналар, кичик бизнес субъектлари, кўп тармоқли фермер хўжаликлари ташкил этилди. Туризм, тўқимачилик саноати, қишлоқ хўжалиги ва бошқа соҳаларда истиқболли лойиҳалар амалга оширилди. Самарқанд вилояти ўзининг тарихий кўринишини сақлаб қолган жойлари, бетакрор табиий шароитлари, табиий географик жойлашуви тарихий ва маданий мерослари, зиёратгоҳлари ўзига хос иқлимга дам олиш ва соғломлаштиришни ривожланиши учун кенг имкониятларнинг мавжудлигини акс эттиради. Туристик-рекреацион соҳани ривожланишида хорижий инвестицияларни жалб қилиш учун юқори инвестицион рейтингга эга бўлиб, ривожлантириш истиқболларини аниқлайдиган илмий муассасалар ва йирик саноат ташкилотларининг мавжудлиги билан ифодаланади.

Самарқанд вилояти дам олиш ва соғломлаштириш туризмни ривожлантириш учун кенг имкониятларга эга. Қулай ландшафт иқлим шароити, рельефининг турли-туманлиги ва табиий ўсимликларга бойлиги Самарқанд вилоятида юқори самарали туристик-рекреацион тизимни яратишга имкон беради. Туристик-рекреацион хизматлар бозорининг фаолияти ва у билан боғлиқ бўлган Самарқанд вилоят туристик индустрияси мавсумий характерга эга бўлиб, бу айниқса жойлаштириш хизматларида яққол ифодаланади.

Туризм соҳаси жаҳонда бўладиган жами экспортнинг 10 фоизини беради, хизматлар савдосининг эса 35 фоизи туризмга тўғри келади. Буюк ипак йўлида жойлашган, асрлар давомида қадимий шаҳарлари билан машҳур, тарихий ва маданий ўтмишга эга Самарқанд вилояти туризм тармоғини ривожлантириш учун реал имкониятларга эга.

<sup>73</sup> Мирзиёев Ш.М. Олий Мажлисга Мурожаатнома. [http:// www.gov.uz](http://www.gov.uz)

Самарқанд вилоятида туризмнинг 13 тури (зиёрат, экскурсион, гастрономик, бизнес, экотуризм, этнотуризм, тоғ-экстремал, спорт, ишбилармонлик, таълим, тиббий, транзит) турлари бўйича туристларни қабул қилмоқда. Вилоятда 2022 йилда 39 та (ўринлар сони 5 088 та) янги меҳмонхоналар очилди.

2022 йил давомида Самарқанд вилоятига 114 та давлатдан 553 минг 068 нафар хорижий туристлар ташриф буюрган.

1-жадвал

Самарқанд вилоятига 2019-2022 йилларнинг январь-декабрь ойларида ташриф буюрган маҳаллий ва хорижий туристлар (минг киши)<sup>74</sup>

Йиллар кесимида	Маҳаллий ва хорижий туристларнинг ташрифи (минг киши)							
	2019 йил		2020 йил		2021 йил		2022 йил	
	Маҳаллий	Хориж	Маҳаллий	Хориж	Маҳаллий	Хориж	Маҳаллий	Хориж
ЖАМИ:	2 560,0	560,0	581,2	52,0	1 943,4	119,0	2 300,0	553,0
Минтақалар кесимида								
Т/р	Минтақалар номи		2019 йил		2021 йил		2022 йил	
Жами:			359 300		112 704		553 068	
1.	Россия Федерацияси		110 550		27 800		213 683	
2.	Қозоғистон		36700		18 350		71 865	
3.	Тожикистон		62 502		31 251		125 000	
4.	Туркия		5 235		3 079		17 050	
5.	Европа		125 000		27 802		95 000	
6.	Осиё		12 513		2 120		21 400	
7.	Яқин Шарқ давлатлари		2 550		1 052		3 550	
8.	АҚШ ва Жанубий Америка давлатлари		4 250		1 250		5 520	

\* 2020 йил пандемия давридаги маълумотлар олинмаган.

Бугунги кунда туристларнинг ўртача қолиши 2,6 кунни ташкил қилмоқда. Хорижлик туристларнинг 1 кунлик харажати 152 АҚШ долларни, маҳаллий туристларники 550 минг сўмни ташкил этмоқда. Уларнинг яна 1 кун қолиш кунларини узайтириш орқали туризм хизматлари экспорти йилига қўшимча 14 млн АҚШ долларига кўпаяди.

2-жадвал

Самарқанд вилоятига 2019-2022 йилларда ташриф буюрган хорижий туристларнинг ўртача қолиш кунлари ва кўрсатлиган хизматлар экспорти ҳажми<sup>75</sup>

Т/р	Йиллар кесимида	Туристларнинг ўртача қолиш кунлари			Кўрсатлиган хизматлар экспорти ҳажми (млн доллар) шундан:		
		2019 й.	2021 й.	2022 й.	2019 й.	2021 й.	2022 й.
ЖАМИ:		2,2	2	2,6	12,8	5,0	12,5

\* 2020 йил пандемия давридаги маълумотлар олинмаган.

Вилоятда транспорт воситалари бир вақтнинг ўзида 7200 нафар туристга хизмат кўрсата олади.

Самарқанд туманида Конирил туризм қишлоғининг 2-босқичи доирасида 100 та туризм объекти ва 500 дан ортиқ янги иш ўринлари яратилади. Бу лойиҳа Самарқанд туризм маркази билан боғланган. Вилоятда хизматлар соҳасида 5,9 трлн сўмлик 365 та лойиҳаларни амалга ошириш орқали 21 мингдан зиёд янги иш ўринлари яратилган.

<sup>74</sup> <https://www.facebook.com/visitsamarkand/> маълумотлари асосида

<sup>75</sup> <https://www.facebook.com/visitsamarkand/> маълумотлари асосида

3-жадвал

Самарқанд вилоятининг туризм қишлоқлари ва туристик объектлари<sup>76</sup>

Қишлоқ номи	Хонадонлар сони	Майдонига	Хизмат кўрсатувчи хонадонлар ва нуқталар сони	Ташкил этиладиган меҳмон уйлари сони	
Кониғил	702	43,5	38	20	
Оқсой	582	3254	187	23	
Терсак	1029	42,7	59	22	
Чоштепа	564	732	27	15	
Андоқсой	1049	11000	14	10	
Туристтик объектлар					
Зиёрат туризми объектлари	Гострономик туризм	Этнотуризм объектлари	Экотуризм объектлари	Агротуризм	Тиббий туризм объектлари
51 та	42та	14 та	25 та	16 та	21 та

Шунингдек вилоятда қуйидаги инвестицион лойиҳалар амалга оширилмоқда:

- Ҳазрати Довуд зиёратгоҳига туташ ҳудудда лойиҳа миқдори 12 млн АҚШ доллари бўлган канат йўли барпо этилмоқда. Лойиҳа доирасида 8 га ҳудудда туризм комплекси ҳам ташкил этилади. (2022-2023 й.й);

- “PET AGRO OIL” МЧЖ ҚК томонидан Тойлоқ туманида лойиҳа қиймати 50 млн. АҚШ доллари бўлган Имом Ал-Бухорийнинг устози бўлмиш Имом ад-Дорамий мақбарасини таъмирлаш, янги масжид, кутубхона, ўқув хоналарни барпо этишни ўз ичига олган лойиҳа ишга туширилади. (2022-2025 й.й);

- “SAG” ҚК томонидан 2022 йил якунига қадар Пайариқ туманида қиймати 10 млн АҚШ доллари бўлган 300 ўринли, 5 юлдузли меҳмонхона лойиҳаси фойдаланишга топширилади (2023 й).

- “Bro Beans” МЧЖ томонидан 2022 йил якунига қадар Тойлоқ туманида қиймати 7 млн АҚШ доллари бўлган 110 ўринли меҳмонхона, логистика маркази ва дам олиш маскани фойдаланишга топширилади (2023 йил сентябрь ойига қадар).

Туристтик маҳсулотлар – туристик хизматлар (бронлаштириш, ташиш, жойлаштириш, овқатлантириш, турли кўнгил очар хизматлар), туристик ишлар (фото хизмати, суғурта, ахборот, молия, банк хизмати), туристик товарлар (эсдалик совғалар, хилма-хил туристик товарлар, истеъмол товарлари – парфюмерия, тамаки, спиртли ичимликлар, маиший техника, кийим-кечак ва бошқалар)дан иборат.

Туристтик хизматлар – турист ва экскурсант эҳтиёжларини қондириш ва таъминлашга қаратилган, хизмат соҳасидаги бир мақсадга йўналтирилган ҳаракатлар тўплами бўлиб, улар туризм мақсадларига, характерига ва туристик хизматнинг қандай йўналтирилганига жавоб бериши ҳамда умуминсоний тамойилларга қарши бўлмаслиги керак. Давлат стандарти таърифига кўра, туристик хизматлар – сайёҳларнинг эҳтиёжларини қондириш фаолияти билан шуғулланувчи туризм ташкилотларининг фаолияти маҳсулидир.

Умуман, хизматлар – бу кўзга кўринмас товарнинг ўзига хос туридир. Хизмат бевосита истеъмол жараёнида юзага келади ва алоҳида ҳолда бўлмайди. Бу хизматнинг товар билан асосий фарқидир. Бундан ташқари, товар истеъмолчига олиб келиб берилади, туристик хизматда эса истеъмолчи бевосита хизмат пайдо бўладиган ерга олиб борилади. Шунинг учун ҳам туристик хизматларни ишлаб чиқариш ва сотиш моддий товарларни сотишга алоқадор бўлган қонунлар асосида эмас, балки бошқа қонунлар мажмуи билан бошқарилади.

Туризм хизматида экспорт тушунчаси ва қонун-қонидаси бошқачароқдир. Баъзи манбаларда кўрсатилишича – анъанавий вариантга кўра, туристлар гуруҳи бошлиғининг хорижий давлатлардаги хизматлари ва хорижий давлатда ишлаш учун юборилган автобус ҳайдовчисининг хизматлари туристик хизматларнинг экспортига тааллуқлидир. Мисол учун, Грузиянинг “Туризм тўғрисида”ги қонунига кўра, мамлакат ичидаги хизматлар туризм

<sup>76</sup> <https://www.facebook.com/visitsamarkand/> маълумотлари асосида



импорти, ташқарисидаги хизматлар эса туризм экспортига таълуқлидир. Россия ва Ўзбекистон ҳудудидаги маҳаллий туристик корхоналар томонидан хорижий туристларга кўрсатилган хизматлар экспортга алоқадордир ва бунинг учун фирмалар баъзи имтиёزلардан фойдаланади.

Туристтик фирма ва компаниялар ўта мураккаб, кўпфункционали корхона бўлиб, уларнинг иш ҳажми турли хизмат ва сервисга оид фаолият натижалари асосида тўланади. Турли бўлинмаларнинг хизматларини натурал кўрсаткичларда бир хил ўлчамга келтириб олиш мураккаб. Шунинг учун туристик фирма ва компаниялар иш ҳажмини таҳлил қилишда асосан киймат кўрсаткичларидан ҳам кенг фойдаланилади.

Туристтик корхоналар (фирма компаниялар) ҳам хўжалик юритувчи субъект сифатида хўжалик фаолиятини юргизади ва маълум молиявий-хўжалик фаолияти натижаларига эга бўлади.

Бозор муносабатлари шароитида ҳар бир корхонанинг хўжалик фаолияти натижаларини таҳлил қилиш объектив зарурият бўлганлиги туфайли туристик корхоналарда ҳам ушбу ишни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир. Чунки корхоналарнинг, шу жумладан туристик корхоналарнинг ҳам иш натижасидан нафақат фирма эгасининг ўзи, балки унда ишлайдиган ходимлар, меҳнат жамоаси, бошқа инвесторлар, давлат ва жамиятнинг ҳам манфаатлари мужассамлашган.

Таҳлил қилиш учун кўрсаткичлар тизимига куйидаги кўрсаткичларни киритиш мумкин:

- туристик хизматлардан тушган соф тушум;
- туристик фирма ва компанияларнинг даромадлари;
- туристик фирма ва компанияларнинг фойдаси.

Келтирилган барча курсаткичлар пулда ифодаланади. Туристтик фирма ва компанияларнинг соф тушумини (Ст) аниқлаш учун ялпи тушумдан (Ят) кўшилган киймат солиғи (Ққс) ва аксизларни (Ас) айириш лозим бўлади. Бу куйидаги формула билан аниқланади:

$$Ст = Ят - Ққс (Ас);$$

Туристтик фирма ва компанияларнинг даромадлари миқдори (Д) соф тушумдан (Ст) шу соҳа таннархи (Тн) айрилади. Бунинг учун куйидаги формуладан фойдаланиш мумкин:

$$Д = Ст - Тн$$

Туристтик фирма ва компанияларнинг соф фойдаси (Фс) бошқа корхоналар сингари солиқ тўлангунга қадарги фойдадан (Фстқ) солиқлар ва бошқа мажбурий тўловларни (Сол) айириш йўли билан аниқланади. Бунинг учун куйидаги формуладан фойдаланиш мақсадга мувофиқ:

$$Фс = Фстқ - Сол;$$

Бундан ташқари туристик фирма ва компаниялар фаолиятида бошқарув таҳлилини амалга ошириш учун натурал кўрсаткичлардан, хусусан туристлар сонидан ҳам фойдаланилади. Туристлар сонини таҳлил қилишда куйидаги кўрсаткичлардан фойдаланиш мумкин:

- қабул қилинган туристлар сони, шу жумладан хорижий туристлар;
- жўнатилган туристлар сони, шу жумладан хорижий мамлакатларга;
- жами туристлар сони, шу жумладан хорижий туристлар.

Ушбу курсаткичларни таҳлил қилишда куйидагилар амалга оширилади:

- кўрсаткичларнинг (натурал ва кийматда ифодаланган) режага нисбатан ўзгариши мутлоқ ва нисбий миқдорларда аниқланади;

- уларнинг динамикаси аниқланиб туристик фаолият натижаларининг ўзгариш тенденциясига баҳо берилади;

- кўрсаткичлар ўзгаришига таъсир этувчи омиллар аниқланади ва уларнинг натижа ўзгаришига таъсири ҳисобланади;

- туристик фирма ва компанияларда мавжуд бўлган ички ва ташқи имкониятлар аниқланади ва улардан оқилона фойдаланиш йуллари ишлаб чиқилади;

- таҳлил қилинаётган субъектнинг самарадорлигини ошириш учун тегишли таъсирчан бошқарув қарорлари қабул қилинади.

Туристтик комплексларнинг хўжалик фаолиятини таҳлил қилишда омилли таҳлил усулларида деярли фойдаланилмайди. Жуда кўп омиллар ва уларнинг таъсири ўрганилмайди. Шу туфайли кўпгина кўрсаткичларни яхшилаш бўйича ички имкониятлар очилмасдан очиб берилмайди. Буларни инобатга олиб туристик комплексларнинг иш натижаларига таъсир этувчи омилларни ўрганиш мақсадга мувофиқ.

Туристтик комплексларда соф тушумнинг ўзгаришига бир қанча омиллар таъсир қилади. Уларга тадқиқотларимиз кўрсатишича куйидагиларни киритиш мумкин:

- туристик гуруҳларнинг сони (а);
- 1 та туристик фирмага туғри келадиган туристларнинг ўртача сони (б);
- барча туристларда хорижий туристларнинг улуши (с);
- битта хорижий туристлардан олинадиган ўртача соф тушум (д).

Натижа, яъни туристик комплексда соф тушумнинг ҳажми билан юқорида келтирилган омиллар ўртасидаги боғлиқлик қуйидаги формула билан аниқланади:

$$H = a \cdot b \cdot c \cdot d;$$

Бунда:

H - хорижий туристлардан олинадиган соф тушум суммаси;

a - барча туристик гуруҳлар сони;

b - битта туристик фирмага туғри келадиган туристларнинг ўртача сони;

c - барча туристларда хорижий туристларнинг улуши;

d - битта хорижий туристлардан олинадиган ўртача соф тушум.

Ушбу омилларнинг таъсирини занжирли алмаштириш усули билан аниқлаш мумкин. У ҳолда омилларни аниқлашнинг кетмакет ҳисобланиш йўллари қуйидагича амалга оширилади:

1. Натижа ўзгаришига биринчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H_a = (a_1 \cdot b_0 \cdot c_0 \cdot d_0) - (a_0 \cdot b_0 \cdot c_0 \cdot d_0);$$

2. Натижа ўзгаришига иккинчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H_b = (a_1 \cdot b_1 \cdot c_0 \cdot d_0) - (a_1 \cdot b_0 \cdot c_0 \cdot d_0);$$

3. Натижа ўзгаришига учинчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H_c = (a_1 \cdot b_1 \cdot c_1 \cdot d_0) - (a_1 \cdot b_1 \cdot c_0 \cdot d_0);$$

4. Натижа ўзгаришига тўртинчи омилнинг таъсири қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H_d = (a_1 \cdot b_1 \cdot c_1 \cdot d_1) - (a_1 \cdot b_1 \cdot c_1 \cdot d_0);$$

Барча омилларнинг таъсири одатдагидек, натижанинг умумий фарқига тенг. Бу қуйидаги формула билан аниқланади:

$$\Delta H = \Delta H_a \pm \Delta H_b \pm \Delta H_c \pm \Delta H_d;$$

Мамалакат иқтисодиётининг келажаги, унинг соҳаларидан бири бўлган туризм хизматлари соҳасидир. Туризм келажақда албатта мамлакатимизда асосий даромад келтирадиган, давлат бюджетига барқарор тушумни таъминлайдиган соҳалардан бирига айланади. Туризмнинг ривожланиши мамлакат келажагини белгилар экан, бу соҳа изчил ва барқарор тараққиёт этмоғи лозим.

Туризмнинг барқарор ривожланишини таъминлаш учун унинг хар бир субъектини рақобатбардош ҳолатга келтиришни тақозо қилади. Бу эса туризм соҳасида рақобатбардошликни ифодаловчи кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқиш заруратини туғдиради. Туризм фаолиятини баҳолаш учун бир қанча кўрсаткичлардан фойдаланиш мумкин.

Бозор муносабатлари шароитида хўжалик юритувчи субъектларнинг, хусусан, туристик фирмаларнинг ҳам иқтисодий барқарорлигини, мустақ- камлигини ва рақобатбардошлигини таъминлашни тақозо қилади. Бу эса ўз навбатида ушбу кўрсаткичларни баҳолашни, таҳлил қилишни талаб қилади.

Туристик фирмаларнинг иқтисодий барқарорлигини таъминлаш учун унинг маржинал даромадини имкон қадар купайтиришни тақозо қилади. Бу эса ўзгарувчи харажатларни камайтириш эвазига эришилади.

Иқтисодий барқарорликни ифодаловчи кўрсаткични аниқлаш учун туристик фаолиятдан тушган тушум (Тфт), ўзгарувчи харажатлар (Ўзх), ўзгармас харажатлар (Ўзмх), маржинал даромад (Мд) ва фойда суммаларининг (Ф) иштирокини таъминлаш лозим. Буларни аниқлагач корхонанинг иқтисодий барқарорлигини ҳисоблаш (Иб) учун қуйидаги формула тавсия қилинади:

$$Иб = \frac{Мб - Узмх}{Тфм - Узх}$$

Мазкур формуланинг суръати фойдани (Ф) берса, махражи маржинал даромадга (Мд) тенг бўлади. Агар буларни инобатга оладиган бўлсак, корхонанинг иқтисодий барқарорлиги (Иб) Ф.нинг Мд. суммасига нисбати билан аниқланади. Мазкур кўрсаткичнинг миқдори маржинал даромаднинг фойда суммаси билан таъминланганлигини кўрсатади. Унинг миқдори қанча кўп бўлса корхона ёки бошқа хўжалик юритувчи субъектлар учун шунча яхши. Чунки фойданинг

маржинал даромадга нисбатан қанча фоизлигини ифодалайди. Бу кўрсаткични ҳисоблаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз:

$$Иб = \frac{\Phi}{Мб}$$

Ушбу кўрсаткич, таъкидланганидек, корхонада фойданинг маржинал даромадга нисбатан неча фоиз ташкил қилганлигини кўрсатганлиги туфайли мазкур кўрсаткичнинг миқдори қанча кўп бўлса, корхона учун шунча яхши. Бироқ шунини инобатга олиш лозимки фирма фойдасининг миқдори бизнес режадаги миқдордан кўп бўлиши, бу бўйича кўзда тутилган режанинг бажарилган бўлиши лозим. Чунки Мд. Бир хил бўлиб фойда суммаси кўпайиб борса корxonанинг Иб. Ошиб боради. Шу туфайли ушбу кўрсаткични таҳлил қилганда албатта фойда режасининг бажарилганлигини ва унинг динамикасини ўрганиш лозим. Фойда, тенг ҳолда, туристик фаолиятдан тушган тушум даражасига мутаносиб Равишда ошиб бориши лозим.

Туризм сервиси билан шуғулланадиган фирмаларнинг молиявий-хўжалик фаолиятини таҳлил қилиш усуллари таҳлилга оид адабиётларда деярли ёритилмаган. Буларни инобатга олиб, келтирилган кўрсаткичларнинг аниқланиш йўллари ва киёсий таҳлилини аниқ амалий маълумотларни қўллаган ҳолда кўриб чиқамиз.

Туризм сервиси билан шуғулланадиган фирмаларнинг иқтисодий барқарорлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш учун бир қанча кўрсаткичлардан фойдаланилади. Буларни амалга оширишни қуйидаги 2-жадвалда кўриб чиқамиз.

#### 4-жадвал

##### Самарқанд вилоятидаги бешта туризм сервиси билан шуғулланадиган фирмаларнинг иқтисодий барқарорлигини аниқлаш таҳлили<sup>77</sup>

№	Кўрсаткичлар	А	Б	В	Г	Д
1.	Туристлар сони, киши	2140	3780	4331	5184	6638
2.	Туристик фаолиятдан тушган тушум, минг сўм	221276,0	416934,0	420322,5	420940,8	627291,0
3.	Ўзгарувчи харажатлар, минг сўм	182093,5	343275,4	341640,3	340526,0	505743,2
4.	Ўзгармас харажатлар, минг сўм	20841,2	38131,4	40546,8	41311,3	68265,8
5.	Маржинал даромад, минг сўм (2қ-3қ)	39182,5	73658,6	78668,2	80414,8	121547,8
6.	Фойда, минг сўм (5қ-4қ)	18341,3	35527,2	38135,4	39111,5	53282,0
7.	Иқтисодий барқарорлик, % (6қ;5қ)	46,81	48,23	48,48	48,64	43,84
8.	Фирмаларнинг иқтисодий барқарорлиги бўйича ўринлари	4	3	2	1	5

Ушбу жадвал маълумотларининг киёсий таҳлили шунини кўрсатмоқдаки, ўрганилаётган 5 та туристик фирмалардан иқтисодий барқарорлик бўйича энг юқори кўрсаткичга эришгани Г фирмаси. Унинг Мд фойдалилиги 48,64 %га тенг. Иккинчи ўринда В туристик фирмаси турган бўлса, учунчи ўринни Б фирмаси эгаллаган. Тўртинчи ўрин А фирмасига тўғри келади, энг охири бешинчи ўринни Д фирмаси эгаллаган. Фирмаларнинг эгаллаган ўринларига қараб, кайси туристик фирмада нималарга эътибор бериш лозимлиги келиб чиқмоқда. Биринчи галда асосий эътиборни Д фирмасига берадиган бўлсак, навбатдаги эътиборни А фирмасига қаратиш лозим.

Таҳлилнинг туристик фирмаларни ўрганишдаги навбатдаги вазифаси, айнан туризм сервиси билан шуғулланадиган фирмаларнинг иқтисодий мустаҳкамлигини баҳолаш ва таҳлил қилишдан иборатдир. Чунки бозор муносабатлари шароитида ушбу кўрсаткичларни аниқлашдан, уларнинг барқарорлигини таъминлашдан туриб, уни банкротликдан, иқтисодий инқирозлардан сақлаб қолиш жуда мураккаб бўлади. Шу туфайли мазкур масала ҳам эътибордан четда қолиб кетмаслиги лозим.

Бозор муносабатлари шароитида корхона фаолиятига баҳо беришда қўлланилиши лозим бўлган кўрсаткичлардан бири, бу унинг иқтисодий мустаҳкамлигини (Им) ифодаловчи кўрсаткичлардир. Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун туристик фаолиятда хизмат кўрсатилган

<sup>77</sup> Самарқанд вилоятида фаолият кўрсатаётган 5 та туристик фирмалар маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.



туристлар сонини (Тур) фойдалилик нуқтасини таъминловчи (Фн) туристлар сонига (Тур.фн) бўлиш лозимдир. Бу учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз.

$$Ким = \frac{Тур}{Узмх : Тмф} = \frac{Тур}{Тур. фн}$$

Ушбу формулада фойдалилик нуқтасини таъминловчи туристлар сонини (Тур.фн) аниқлаш учун ўзгармас харажатларни (Ўзмх) туристик фаолиятнинг маржинал даромадлигига (Тфмд) бўлинади. Буни қуйидаги формула орқали аниқлашни тавсия қиламиз:

$$Тур. фн = \frac{Узмх}{Тфмб}$$

Агар ушбу формула орқали ҳисобланган миқдор бирга тенг бўлса (Тур.фн=1) корхона ўз фаолиятида зарар ҳам кўрмаган ва фойдага ҳам эришмаган бўлади. Агар Тур.фн > 1 бўлса туристик фирма фойдага эришганлигидан, Тур.фн < 1 бўлса зарар кўрганлигидан далолат беради. Ушбу кўрсаткичларнинг қиёсий таҳлили қуйидаги 2-жадвалда келтирилган.

5-жадвал

Самарқанд вилоятидаги бешта туристик фирмалар рақобатбардошлигининг миқдори ва даражасининг қиёсий таҳлили<sup>78</sup>

№	Кўрсаткичлар	А	Б	В	Г	Д
1.	Туристлар сони, киши	2140	3780	4331	5184	6638
2.	Туристтик фаолиятдан тушган тушум, минг сўм	221276,0	416934,0	420322,5	420940,8	627291,0
3.	Ўзгарувчи харажатлар, минг сўм	182093,5	343275,4	341640,3	340526,0	505743,2
4.	Ўзгармас харажатлар, минг сўм	20841,2	38131,4	40546,8	41311,3	68265,8
5.	Маржинал даромад, минг сўм (2қ-3қ)	39182,5	73658,6	78668,2	80414,8	121547,8
6.	Фойда, минг сўм (5қ-4қ)	18341,3	35527,2	38135,4	39111,5	53282,0
7.	Иқтисодий барқарорлик коэффиценти (6қ:5қ)	46,81	48,23	48,48	48,64	43,84
8.	Туристтик фаолиятнинг ўзгарувчи харажатлилиги, минг сўм (3қ:1қ)	85,09	90,81	78,88	65,69	76,19
9.	Туристтик фаолиятнинг самарадорлиги, минг сўм (2қ:1қ)	103,4	110,3	97,0	81,2	94,5
10.	Туристтик фаолиятнинг маржинал даромадлиги, минг сўм (9қ-8қ)	18,31	19,45	18,12	15,51	18,31
11.	Фойдалилик нуқтаси миқдори, киши (4қ:10қ)	1138	1960	2238	2664	3728
12.	Фойдалилик нуқтаси суммаси, минг сўм (11қ . 9қ)	117669,2	216188,0	217086,0	216316,8	352296,0
13.	Корхонанинг иқтисодий мустаҳкамлик коэффиценти (1қ:11қ)	1,88	1,93	1,94	1,95	1,78
14.	Корхонанинг иқтисодий мустаҳкамлиги бўйича эгаллаган ўринлари	4	3	2	1	5

Корхонанинг иқтисодий мустаҳкамлиги бўйича Г фирма етакчилик қилмоқда. Унинг миқдори 1,95 коэффицентни ташкил қилади. Бу кўрсаткич эришилгин натижанинг, яъни туристлар сонининг фойдалилик нуқтасини таъминлайдиган туристлар сонига нисбатан 1,95 марта кўплигини билдиради. Қиёсий таҳлил натижалари бўйича 2-ўринни В фирмаси эгаллаб турибди. Унинг миқдори 1,94 мартани ташкил қилади. Мос равишда 3-ўринда Б фирмаси, 4-ўринда А фирмаси охириги 5-ўринда Д фирмаси эгаллаб турибди. Қиёсий таҳлил натижасининг кўрсатиши бўйича, тегишли бошқарув қарорларини қабул қилиш, қайси фирманинг қайси жиҳатларига аҳамият бериш лозимлиги каби масалалар ойдинлашади.

<sup>78</sup> Самарқанд вилоятида фаолият кўрсатаётган 5 та туристик фирмалар маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

Бозор муносабатлари шароитида таҳлилнинг асосий вазифаларидан бири, туризм сервис билан шуғулланадиган фирмаларнинг молиявий мустаҳкамлиги ва рақобатбардошлигини баҳолаш ва таҳлил қилиш йўллари кўрсатиб беришдан иборатдир. Чунки ушбу кўрсаткичларсиз эркин рақобат майдонида юқори самарадорлик билан фаолият кўрсатиш биров мураккаб бўлади.

Бозор муносабатлари шароитида корхоналар хўжалик фаолиятини баҳолашда энг муўим омиллардан бири унинг молиявий мустаҳкамлиги ёки рақобатбардошлигини ифодаловчи омиллардир (Крб). Ушбу омил, туристик фаолиятдан тушган тушумнинг фойдалилик нуқтасидан қанча юқори эканлигидан далолат беради. Уни аниқлаш учун қуйидаги формула тавсия қилинади.

$$K_{рт} = \frac{T_{фт}}{Тур. фн}$$

Агар  $K_{рб} = 1$  бўлса туристик фаолият натижасида олинган тушум фақат барча харажатларни қоплаганлигидан, ҳеч қандай фойда ёки зарар кўрмаганлигидан далолат беради. Агар  $K_{рб} > 1$  бўлса корхона молиявий жиҳатдан мустаҳкам рақобатбардошлигидан далолатдир. Агар  $K_{рб} < 1$  бўлса корхона ўз харажатларини ўзи қопламаётганлигидан, унинг фаолияти рақобатбардош эмаслигидан далолатдир. Ушбу кўрсаткичларнинг қай даражада эканлигини аниқлаш учун унинг молиявий мустаҳкамлик даражасини (Ммд) ҳам аниқлашни тақозо қилади. Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун молиявий мустаҳкамлик (рақобатбардошлик) миқдорини (Крб) юзга кўпайтириб туристик фаолиятдан тушган тушумга (Тфт) бўлиш кифоя. Буни аниқлаш учун қуйидаги формулани тавсия қиламиз:

$$M_{мб} = \frac{K_{рб} \cdot 100}{T_{фт}}$$

Туристик фирмаларнинг молиявий мустаҳкамлик даражаси, унинг рақобатбардошлик даражасини ҳам ифода этади. Ушбу кўрсаткичлар асосида бир қанча туристик фирмалар бўйича тегишли ўринларни аниқлаш мумкин.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, барча хўжалик юритувчи субъектларда уларнинг иқтисодий барқарорлиги, молиявий мустаҳкамлиги, рақобатбардош-лиги, фойдалилик нуқтаси каби кўрсаткичлар бир-бирига ўзаро чамбарчас боғлиқдир. Корхоналар фаолиятига баҳо беришда албатта ушбу бир-бирига боғлиқ кўрсаткичлар тизимини инобатга олиш лозим, деб ўйлаймиз.

Мазкур кўрсаткичлар бўйича, таҳлил қилинаётган 5 та туристик фирманинг рақобатбардошлиги қиёсий ўрганилди 3-жадвал.

Ушбу жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, таҳлил қилинаётган бешта туристик фирмаларда (улар шартли равишда А, Б, В, Г, Д ҳарфлар билан белгилаб олинган), иқтисодий барқарорлик «Г» фирмадаги 48,64 %дан «Д» фирмада 43,84 гача масофага эга. Ушбу маълумотлар бўйича хулоса қилинадиган бўлса, туристик фирманинг иқтисодий барқарорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар миқдори анча юқори. Иккинчи ўринда «В» фирмаси 48,48 % миқдор билан турибди, учинчи ўринни 48,23 % миқдор билан «Б» фирма эгаллаган бўлса, тўртинчи ўрин 46,81 % миқдор билан «А» фирмага тўғри келади. Охириги ўринда 43,84 % миқдор билан «Д» фирма турибди. Бундан шундай хулоса чиқариш мумкинки, «Г» туристик фирмасининг олаётган маржинал фойдасининг қарийб ярмини (48,6 %) фойда суммаси ташкил қилади. Бундай жараён бозор муносабатлари шароитида ижобий ҳисобланади ва мазкур фирмани иқтисодий жиҳатдан барқарор деб баҳолаш мумкин. Худди шундай ҳолатни туристик фирмаларнинг иқтисодий мустаҳкамлик даражаси бўйича ҳам кўриш мумкин.

Таҳлил кўрсатмоқдаки, корхонанинг иқтисодий барқарорлиги юқори бўлган фирмада унинг иқтисодий мустаҳкамлиги ҳам юқори. Ушбу ҳолатни характерловчи кўрсаткичлар ифодалашича биринчи ўринни «Г» фирмаси 1,95 коэффицент билан эгаллаган бўлса, иккинчи ўринда 1,94 коэффиценти билан «В» фирмаси, учинчи ўринда 1,93 коэффицент билан «Б» фирмаси эгаллаб турибди. Ушбу кўрсаткич бўйича ҳам худди иқтисодий барқарорлик сингари тўртинчи ўринда «А» фирма (1,88) ва бешинчи ўринда «Д» фирма (1,78) турибди.

6-жадвал

Самарқанд вилоятидаги бешга туристик фирмалар рақобатбардошлигининг миқдори ва даражасининг қиёсий таҳлили<sup>79</sup>

№	Кўрсаткичлар	А	Б	В	Г	Д
1.	Туристлар сони, киши	2140	3780	4331	5184	6638
2.	Туристлик фаолиятдан тушган тушум, минг сўм	221276,0	416934,0	420322,5	420940,8	627291,0
3.	Ўзгарувчи харажатлар, минг сўм	182093,5	343275,4	341640,3	340526,0	505743,2
4.	Ўзгармас харажатлар, минг сўм	20841,2	38131,4	40546,8	41311,3	68265,8
5.	Маржинал даромад, минг сўм (2қ-3қ)	39182,5	73658,6	78668,2	80414,8	121547,8
6.	Фойда, минг сўм (5қ-4қ)	18341,3	35527,2	38135,4	39111,5	53282,0
7.	Иқтисодий барқарорлик коэффициенти (6қ:5қ)	46,81	48,23	48,48	48,64	43,84
8.	Туристлик фаолиятнинг ўзгарувчи харажатлилиги, минг сўм (3қ:1қ)	85,09	90,81	78,88	65,69	76,19
9.	Туристлик фаолиятнинг самарадорлиги, минг сўм (2қ:1қ)	103,4	110,3	97,0	81,2	94,5
10.	Туристлик фаолиятнинг маржинал даромадлиги, минг сўм (9қ-8қ)	18,31	19,45	18,12	15,51	18,31
11.	Фойдалилик нуқтаси миқдори, киши (4қ:10қ)	1138	1960	2238	2664	3728
12.	Фойдалилик нуқтаси суммаси, минг сўм (11қ . 9қ)	117669,2	216188,0	217086,0	216316,8	352296,0
13.	Корхонанинг иқтисодий мустаҳкамлик коэффициенти (1қ:11қ)	1,88	1,93	1,94	1,95	1,78
14.	Молиявий мустаҳкамлик (рақобатбар-дошлик) миқдори, минг сўм (2қ-12қ)	103606,8	200746,0	203236,5	204624,0	274995,0
15.	Молиявий мустаҳкамлик (рақобатбар-дошлик) даражаси (14қ:2қ . 100), %	46,82	48,15	48,35	48,61	43,8
16.	Фирмаларнинг рақобатбардошлиги бқйича ўрни	4	3	2	1	5

Корхоналарнинг молиявий мустаҳкамлиги, яъни рақобатбардошлиги жиҳатидан ҳам шу бешта фирма маълумотлари таҳлил қилинди. Рақобатбардошликнинг миқдори бўйича таҳлил қиладиган бўлсак, энг юқори кўрсаткичга «Д» фирма эришган, иккинчи ўринда «Г» фирма ва охириги ўринда «А» фирма турибди. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, рақобатбардош-ликнинг миқдори ҳам бошқа миқдорий кўрсаткичлар сингари таҳлил қилинаётган кўрсаткичлар ҳолатига баҳо бериш учун етарли эмас. Шу туфайли рақобатбардошликнинг даражасини аниқлашни тавсия қилганмиз ва аниқ маълумотлар асосида уларнинг кўрсаткичлари ишлаб чиқилган. Ушбу кўрсаткичлар бўйича хулоса қилинадиган бўлса, шунини таъкидлаш жоизки, 5 та фирма ичида энг рақобатбардошли фирма «Г» фирмасидир. Иккинчи ўринда «В», учинчи ўринда «Б», тўртинчи ўринда «А» ва бешинчи ўринда «Д» фирмалари эгаллаганлар.

**Хулоса ва таклифлар.**

Хулоса қилиб айтганда туризм хизматлари ишлаб чиқариш истеъмолида сифат ва самарадорлик масалалари жуда катта рол ўйнайди. Сифатли хизмат курсатмайдиган туризм корхонаси ўзининг асосий мақсадларига самарадорликка эриша олмайди. Турли меҳмонхона корпорациялари ривожланишининг тарихида фойда ва самарадорлик сифатнинг маҳсули эканлигини кўрсатади.

Туристлик корхона олдида хизмат кўрсатиш сифатини керакли даражада сақлаб туриш, камчиликларни ўз вақтида бартараф этиш, хизмат кўрсатиш сифатини ошириш стратегиясини

<sup>79</sup> Самарқанд вилоятида фаолият кўрсатаётган 5 та туристик фирмалар маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

ишлаб чиқиш, хизматларни истеъмолчиларнинг хошишларига мослаштириш каби вазифалари туради.

Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, мижоз меҳмонхонага яна келиш ёки келмаслиги унга кўрсатилган хизматнинг яхши ёки ёмонлигига боғлиқ. Биринчи марта меҳмонни сифатли хизмат, яхши реклама, қулай жихозлар ёки кенг турдаги таомномалар билан жалб қилиш мумкин. Аммо иккинчи марта меҳмон персоналнинг профессионал ишлаши ва олдин унга кўрсатилган хизмат сифатининг юқорилиги учун келади.

**Адабиётлар/Литература/Referece:**

Amonboyev M., Abidova D.I., Jurayeva N.A. (2019) *Turizm iqtisodiyoti va menejmenti. O'quv qo'llanma.* – T.: "IQTISODIYOT". - 226 bet.

Абдувоҳидов А.М., Баходиров М.Қ. (2019) *Туризм ривожланишининг таҳлили ва прогнози. Мақолалар тўплами Т.: "IQTISODIYOT",.*

Алимова М.Т. (2017) *Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида) // И.ф.д. дисс. – Самарқанд: СамИСИ. 25-26-б.*

Сурков С.Г., Криворучко В.И. (2009) *Международный туризм в России: проблемы развития и управления.* – М.: Советский спорт. – 214 с.

Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Сафаров Б.Ш., Турсунова Г.Р. (2014) *Туризм асослари. Дарслик. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги.* – Т.: «Fan va texnologiya»,. 151-б.