



Efficiency and socio-economic indicators in tourism

Uktam JIYANOV¹

International Islamic Academy of Uzbekistan

ARTICLE INFO

Article history:

Received December 2021

Received in revised form

15 December 2022

Accepted 20 January 2022

Available online

15 February 2022

Keywords:

World Tourism
Organization,
tourism efficiency,
socio-economic efficiency,
correlation coefficient,
recreation.

ABSTRACT

The rapid growth of tourism sector impels to study the matters regarding the socioeconomic efficiency of tourism activity at the varying levels of economic management. One of the key tasks is to determine the concept, indicators and criterias applied for the socioeconomic efficiency of tourism industry, as well as to explore its relationship with other industries. The article aims to clarify these issues. So, indicators of economic and social blocks that can be used to express the effectiveness of tourism activities are analyzed.

2181-1415/© 2022 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol3-iss1/S-pp258-267>

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Туризмда самарадорлик мезони ва ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичлари

АННОТАЦИЯ

Калит сўзлар:

Бутунжаҳон Туризм
Ташкилоти,
туризм фаолияти
самарадорлиги,
ижтимоий-иқтисодий
самарадорлик,
корреляция
коэффициенти,
рекреация.

Туризмнинг жадал ривожланиб бориши хўжалик бошқарувининг турли даражаларида туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлиги масалаларини ўрганиш заруриятини келтириб чиқаради. Туризм соҳасининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлик тушунчаси, кўрсаткичлари ва унинг мезонларини аниқлаш ҳамда туризм фаолиятининг бошқа тармоқлар билан боғлиқлигини ўрганиш долзарб вазифалардан ҳисобланади. Мақола айнан шу масалаларни ёритишга қаратилган. Шунингдек, туризм фаолияти самарадорлигини ифодалашда фойдаланиш мумкин бўлган иқтисодий ва ижтимоий блоклар кўрсаткичлари таҳлил қилинган.

¹ Senior Lecturer of "Islamic Economics and Finance" Department, International Islamic Academy of Uzbekistan. Tashkent, Uzbekistan. Tel.: (+998) 94-662-61-87, E-mail: uktam.jiyanov87@gmail.com.

Эффективность и социально-экономические показатели в туризме

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

Всемирная туристская организация, эффективность туризма, социально-экономическая эффективность, коэффициент корреляции, рекреация.

Стремительное развитие туризма вызывает необходимость изучения социально-экономической эффективности туризма на разных уровнях управления экономикой. Одной из актуальных задач является определение понятия, показателей и критериев социально-экономической эффективности туристической отрасли, а также изучение взаимосвязи туризма с другими отраслями. Статья призвана прояснить эти вопросы. Также анализируются показатели экономического и социального блоков, которые можно использовать для выражения эффективности туристской деятельности.

КИРИШ

Бугунги кунда туризм кўплаб ривожланган давлатларнинг асосий даромад манбаи сифатида хизмат қилмоқда. Туризм маҳсулотлар ва хизматларни экспорт қилиш миллий иқтисодиётда қўшимча талаб юзага келтириб, аҳоли бандлиги даражасининг ошишини ва хорижий валюта тушумининг кўпайишини таъминлайди. Шунга кўра, туризм соҳаси ижтимоий-иқтисодий ривожланиш ва барқарорликни таъминлашда муҳим роль ўйнайди. Бутунжаҳон Туризм Ташкилоти (ЮНВТО)нинг маълумотларига кўра, “2019-йилда дунё бўйича хорижий сайёҳлар сони 1,5 миллиард кишини ташкил қилган, бу кўрсаткич 2030-йилга келиб, 1,8 миллиард кишига етиши прогноз қилинган. 2019-йилда жаҳон ялпи ички маҳсулотида туризм соҳасининг улуши 10 фоизни, жаҳон хўжалиги хизматлар экспортининг эса қарийб 29 фоизи туризм соҳаси ҳиссасига тўғри келган [9]. Жаҳондаги баъзи мамлакатлар иқтисодиётида туризмнинг ҳиссаси юқори бўлса, баъзиларида туризм ёндош тармоқ сифатида ривожланган, яъни кам улушга эга. Хусусан, Европанинг баъзи мамлакатлари ялпи ички маҳсулотининг – Мальта – 14,2%, Греция – 21,2%, Италия – 13,1%, Россия – 4,2% ини туризмдан тушган даромад ташкил этса [10], Ўзбекистонда ушбу кўрсаткич 1-2% атрофида.

Ўзбекистон охириги беш йил давомида туризмни ривожлантириш бўйича жадал ишлар давом эттирилди. Шу жумладан, виза расмийлаштириш жараёнларини соддалаштириш, ортиқча тўсиқларни бартараф этиш ва соҳанинг инвестиция жозибадорлигини ошириш бўйича қатор чоралар кўрилди. Натижада, туризм хизматлари экспорти 1,3 миллиард АҚШ долларни ташкил қилди ва соҳанинг хизматлар экспортидаги улуши 39,3 фоизга етди [11].

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида: “Туризмни ривожлантириш бўйича 2021-йилда ҳам изчил ислохотларни давом эттирамиз. Айниқса, зиёрат туризми ва ички туризмни ривожлантиришга алоҳида эътибор берилади. Шунингдек, туризм объектлари атрофидаги ер майдонлари, сув ва йўл инфратузилмаларини яхшилаш учун бюджетдан 1 триллион сўм ажратилади” [1], деб таъкидлаши муҳим йўналиш сифатида белгилаб берилган. Бу эса республикамизнинг рақамли иқтисодиётга ўтиши жараёнида ҳудудий туризм инфратузилмасини ривожлантириш самарадор-

лигини оширишнинг аҳамияти беқиёс эканлигини намоён этмоқда. Шунга кўра, ҳудудий туризм инфратузилмасини ривожлантириш самарадорлигини оширишнинг ўзига хос жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда мазкур соҳанинг самарали ривожланишининг илмий-услубий ва амалий жиҳатларини тадқиқ этиш долзарб ҳисобланади.

МАЗЗУГА ОИД АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ

Миллий ва хорижий адабиётларда халқаро меҳмонхоналар тизимига туристик хизматлар самарадорлигини ошириш ва баҳолаш бўйича бир қатор маҳаллий ва хорижлик бир гуруҳ иқтисодчи олимлар илмий тадқиқотлар олиб борганлар. Жумладан, маҳаллий иқтисодчи олимлардан Ж.Н.Абиев ўзининг “Миллий иқтисодиётда туризм тармоғини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш” [2] номли диссертациясида туризмни ривожлантириш бўйича жаҳондаги илғор тажрибаларни ўрганган ҳамда мамлакат миллий иқтисодиётидаги ўрнини баҳолаш бўйича таклифлар берган. Яна бир маҳаллий иқтисодчи олимлардан А.Ш.Бердимуродов ўзининг “Глобаллашув шароитида эркин туристик ҳудудларни самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмининг такомиллаштириш” [3] номли диссертациясида эркин туристик ҳудудлардаги туристик хизматлар кўрсатувчи субъектлар фаолиятининг натижавийлик ва рентабелликка эришишини такомиллатирилган иқтисодий моделини таклиф қилган.

Шунингдек, МДҲ иқтисодчи олими Н.В.Рубцова томонидан чоп этилган “Эффективность туристской деятельности” [4], деб номланган мақоласида туризм самарадорлигини халқаро тажрибаларини ўрганиб, асосан, икки қисмга, яъни иқтисодий ва ижтимоий самарадорликка бўлиб ўрганган. Иқтисодчи олим Т.Ю.Чикурова ўзининг “Социально-экономическая эффективность туристской деятельности в малых и средних городах” [12] номли диссертациясида кичик ва ўрта шаҳарларда туристик фаолиятни баҳоловчи самарадорлик кўрсаткичларни тавсия этган.

Хорижий мамлакатлари иқтисодчилари томонидан Martín J.C. [8], Jui-Kou Shang [6], Hsu-Hao Yang [7] ва Anda N.O. [5] бир нечта усулларда туристик фаолият самарадорлигини баҳолаш усуллари татбиқ этилган. Martín J.C. ва Jui-Kou Shang томонидан туризм самарадорлигини баҳолашга таъсир этувчи омиллар сифатида мавсумийлик, туристик жойларнинг жозибадорлиги ва туристик хизматлар нархи каби омилларни кўрсатиб ўтган. Hsu-Hao Yang томонидан туризм фаолияти самарадорлигига ушбу соҳада банд аҳоли ва овқатланиш хизмати таъсири орқали икки босқичли модель орқали ўрганган. Anda N.O. томонидан олиб борилган тадқиқотда туризмда энг муҳим омил инсон ресурслари деган фикрдан келиб чиқиб, унинг самарадорлигини ҳам иқтисодий, ҳам ижтимоий жиҳатдан таҳлил қилиш зарурлиги айтилади.

Таъкидлаш жоизки, бугунги кунда туристик хизматлар самарадорлигини ошириш ва баҳолаш, таъсир этувчи асосий омиллари ва унинг ўзига хос хусусиятлари, туризм соҳасида ишлаб чиқариш имкониятлари ҳамда ялпи туризм маҳсулотни аниқлаш усуллари бўйича иқтисодчи олимлар ўртасида ягона хулосага келинмаган. Бизнингча, ушбу йўналишдаги тадқиқотларнинг кўлами кенг бўлиб, туризм соҳасида амалга оширилаётган сиёсат билан боғлиқ муаммоларни ҳал этишда ўрнатилган халқаро тажрибаларга асосланиш муҳим аҳамият касб этади.

ТАДҚИҚОТ МЕТОДОЛОГИЯСИ

Мавзуни илмий ўрганиш, тарихий-мантиқийлик, таҳлил ва тадқиқ этиш жараёнида тизимли таҳлил, статистик таҳлил ва илмий абстракция каби усулларида фойдаланилган. Мақолада туризмни ривожланиш тарихи тарихийлик усули орқали ҳозирги даврдаги жаҳон бозоридаги ўрни, мамлакат миллий иқтисодиётида туризми тутган ўрнига ва аҳамиятига мос равишда илмий таклиф ҳамда амалий тавсиялар берилди.

Хусусан, кўплаб миллий ва хорижий адабиётлар ҳамда мавзуга доир тадқиқотлар ўрганиб чиқилди ва таҳлил этилди.

ТАҲЛИЛ ВА НАТИЖАЛАР

Туризмнинг иқтисодий ривожланишга қўшадиган улушини ошириш мамлакатнинг стратегик мақсадларидан бири ҳисобланади. Давлат, маҳаллий маъмурият органлари, хусусий турфирмалар туризм самарадорлигини оширишга ҳаракат қиладилар. Аммо иқтисодий адабиётларда туризмда ижтимоий ва иқтисодий самарадорлик тушунчалари бўйича ягона ёндашув мавжуд эмас. Бу табиий, чунки туризм самарадорлигини ҳисоблашда бир неча ўнлаб бевосита ва билвосита компонентлар иштирок этади. Уларнинг улушларини ҳисоблаб чиқиш анча мураккаб. Туризм фаолияти самарадорлигига умумий ёндашув, биринчидан, ушбу жараённинг иқтисодий ва ижтимоий жиҳатларини ҳар томонлама ўрганишни, иккинчидан, уларнинг жами таъсирини тадқиқ этишни тақозо қилади.

Шу нуқтаи назардан, туризмда самарадорликни учта жиҳатдан, жумладан, иқтисодий, ижтимоий ва ўзаро муносабатлар аспектида ўрганиш мақсадга мувофиқ.

Туризм фаолияти самарадорлигининг иқтисодий аспекти туризм маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнларини амалга оширишнинг потенциал имкониятлари характеристикаси бўлиб, рекреация ва туризм соҳаси фаолиятининг иқтисодий мақсадга мувофиқлигини тасдиқловчи ушбу жараёнларнинг динамикаси ва самарадорлиги орқали ифодаланади. ЮНВТО томонидан тавсия этилган кўрсаткичлар орасидан тавсифлаш ва уни кейинчалик баҳолаш учун мумкин бўлган кўрсаткичлар, масалан, сайёҳлик-рекреацион тизим томонидан яратилган ялпи ҳудудий маҳсулот, туризм баланси, маҳаллий бюджет даражасининг ўзгариши, ҳудуддаги аҳоли жон бошига тўғри келувчи сайёҳлар сони ва бошқалар. Шунингдек, бошқа кўрсаткичлардан, масалан, сайёҳларнинг ўртача қолиш давомийлиги; сайёҳлик-рекреацион тизимнинг ўрта даражадаги ходимига тўғри келадиган ишлаб чиқариш; сайёҳлик-рекреацион тизим маблағлари айланмаси; сайёҳлик-рекреацион тизимга киритилувчи сармоялар рентабеллиги ва бошқалардан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Туризм фаолияти самарадорлигининг ижтимоий аспекти рекреация ва туризм соҳасининг фаолиятига асосланган одамларнинг турмуш даражаси ва сифатининг характеристикаси бўлиб, одамларнинг турмуш сифатини таъминлаш учун рекреация ва туризм соҳасини яратишнинг мақсадга мувофиқлигини тасдиқлайди. Бунини, масалан, қуйидаги кўрсаткичлар билан ифодалаш мумкин:

- ҳудуд аҳолисининг турмуш даражасини яхшилаш;
- бандликни ошириш ва меҳнат шароитларини яхшилаш;
- яшаш муҳити ҳолатининг яхшиланиши (ёки ёмонлашмаслиги);
- бўш вақт миқдорини ошириш;

- ҳордиқ турлари ва шакллари ривожлантириш;
- рекреация ва туризм соҳасида инновацияларни ривожлантириш;
- туризм объекти сифатида ҳудуднинг жозибадорлигини ошириш ва бошқалар.

Туризм фаолияти самарадорлигининг ижтимоий томонини баҳолаш учун ЮНВТО томонидан тавсия этилган кўрсаткичлар, масалан, туризм ҳудудларининг ифлосланиш даражаси, сайёҳларнинг содиқлиги ва қониқишини ошириш; сайёҳларнинг қайтиш истаги; сайёҳлар билан боғлиқ жиноятлар сонининг ўзгариши бўлиши мумкин.

Ўзаро муносабатларнинг самарадорлиги – бу туризм маҳсулоти (сайёҳлик-рекреацион тизими) қийматини яратиш ва тақсимлаш занжири иштирокчиларининг фирмалараро муносабатлари, ўзаро мувофиқлиги ва ҳамкорлигининг умумий тавсифи бўлиб, ушбу ўзаро таъсирнинг иқтисодий ва ижтимоий мақсадга мувофиқлигини тасдиқлайди. Шунга кўра, у икки аспект билан ифодаланади: иқтисодий ва ижтимоий (шу билан бирга, бу жиҳатларнинг тақсимланиши аниқ, чунки муносабатларнинг ижтимоий ва иқтисодий таркибий қисмлари ўртасида яқин алоқа мавжуд).

Ўзаро муносабатлар самарадорлигининг иқтисодий жиҳати кўрсаткичлари, хусусан, туризм соҳасида яратилган ялпи ҳудудий маҳсулотдаги сайёҳлик-рекреацион тизимнинг улуши, транзакция харажатларини камайтириш, ишлаб чиқариш қувватларининг иш юқламасини ошириш, сармоялар ҳажми ва сифатини ошириш, қиймат яратиш ва тарқатиш занжирида йўқотишларни камайтириш, туризм маҳсулоти сифатини яхшилаш, янги маҳсулот ва технологияларни такомиллаштириш ва ишлаб чиқиш харажатларини камайтириш ва бошқалар.

Ўзаро муносабатлар самарадорлигининг ижтимоий жиҳатини компаниялараро муносабатларнинг ижтимоий афзалликларини тавсифловчи кўрсаткичлар билан аниқлаш мумкин, масалан, компания мақсадларининг (индивидуал ва жамоавий) мувофиқлиги ва уларни амалга ошириш даражаси, инновацияларни ишлаб чиқиш ва жорий этишни камайтириш, “ресурс бўшлиқлари”ни бартараф этиш ва рақобатбардош устунликларни яратиш, янги бозорларга чиқиш вақтини қисқартириш, таваккалчиликларни камайтириш ва муносабатларни бошқариш қобилиятини ошириш, узоқ муддатли ҳамкорликка эътиборни йўналтириш, муносабатлардан қониқиш даражаси, ҳамкорлар ўртасидаги ишонч даражаси, ўзаро мажбуриятларни бажариш даражаси, фирмаларнинг манфаатдорлиги, муносабатларнинг шахсийлиги, муносабатларнинг адолатлилиги, ўзаро таъсир даражаси ва бошқалар.

Шундай қилиб, туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлиги тушунчаси кўп жиҳатдан ушбу тушунчанинг ноаниқлиги ва кўп қирралилиги билан боғлиқ бўлган кўрсаткичларнинг кенг доираси билан тавсифланади. Шубҳасиз, аниқ таҳлилни ўтказишда тадқиқот мақсадларидан келиб чиққан ҳолда кўрсаткичлар сонини чеклаш мақсадга мувофиқдир. Бундан ташқари, концептуал моделда келтирилган самарадорлик жиҳатлари ва аниқланган томонларнинг ҳар бири учун кўрсаткичлар танланадиган тегишли мезонларни ишлаб чиқиш керак.

Туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини баҳолашнинг мослаштирилган методикаси бўйича иқтисодий ва ижтимоий самарадорлиқнинг интеграл кўрсаткичларини ҳисоблаш орқали туризм фаолиятининг иқтисодий ва ижтимоий самарадорлигини баҳолаш мақсадга мувофиқдир (1-жадвал).

Туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлиги кўрсаткичларининг иқтисодий ва ижтимоий блоклари*

Туризм фаолиятининг иқтисодий самарадорлиги кўрсаткичлари блоки	Туризм фаолиятининг ижтимоий самарадорлиги кўрсаткичлари блоки
Барча жойлаштириш жойлари, шу жумладан, махсус жойлар сиғими бирлигига сайёҳлар сони, киши/жой	Худуднинг иқтисодий фаол аҳолисининг умумий сонидан туризм соҳаси билан банд бўлганларнинг улуши
Битта жойлаштириш корхонаси томонидан хизмат кўрсатишнинг ўртача йиллик сони, киши.	Худуднинг аҳоли жон бошига пуллик санаторий-соғломлаштириш хизматлари ҳажми, сўм/киши.
Хона фондидан фойдаланиш коэффициенти (мавжуд жойлар)	Туризм билан боғлиқ фаолиятда ходимларнинг ўртача сони, киши
Меҳнат унумдорлиги, минг сўм / киши	Атроф-муҳитни муҳофаза қилиш бўйича жорий (эксплуатацион) харажатлар, минг сўм
Туризм соҳасида яратилган ялпи ҳудудий маҳсулот, %	Худуд аҳолиси жон бошига умумий овқатланиш айланмаси, сўм/киши
Худуд аҳолиси жон бошига тўғри келадиган ўртача сайёҳлар сони, киши.	
Худуд аҳолисига пуллик хизматларнинг умумий ҳажмида туризм хизматларининг улуши, %	

Расмий статистик манбаларда соф шаклда мавжуд бўлмаган иқтисодий ва ижтимоий блоклар кўрсаткичларини ҳисоблаш формулалари қуйида келтириб ўтамиз:

1. Барча жойлаштириш воситалари сиғими бирлигига тўғри келадиган сайёҳлар сони:

$$\mathcal{E}_1 = \frac{\text{Тур}}{\text{Ж}}$$

бу ерда, $\mathcal{E}_1$ – барча жойлаштириш воситалари сиғими бирлигига тўғри келадиган сайёҳлар сони;

Тур – хизмат кўрсатилган туристлар сони (жами);

Ж – жамоавий жойлаштириш воситаларидаги ётоқ-жойлар сони (жами).

2. Битта жойлаштириш корхонаси томонидан хизмат кўрсатишнинг ўртача йиллик сони:

$$\mathcal{E}_2 = \frac{\text{ЖШС}}{\text{ЖЖВ}}$$

бу ерда, $\mathcal{E}_2$ – битта жойлаштириш корхонаси томонидан хизмат кўрсатишнинг ўртача йиллик сони;

ЖШС – жамоавий жойлаштириш воситаларида жойлаштирилган шахслар сони (жами);

ЖЖВ – жамоавий жойлаштириш воситалари сони (жами).

* Тадқиқот натижалари асосида муаллифлар ишланмаси.

3. Меҳнат унумдорлиги:

$$\mathfrak{Z}_4 = \frac{T_{\text{хд}}}{T_{\text{хў}}}$$

бу ерда, $\mathfrak{Z}_4$ – меҳнат унумдорлиги;

$T_{\text{хд}}$ – туризм хизматлари кўрсатишдан тушган даромад (жами туризм агентликлари);

$T_{\text{хў}}$ – туризм ташкилотлари ходимларининг ўртача сони.

4. Худуд аҳолиси жон бошига тўғри келадиган ўртача сайёҳлар сони:

$$\mathfrak{Z}_6 = \frac{T_{\text{ур}}}{A_{\text{ўр}}}$$

бу ерда, $\mathfrak{Z}_6$ – худуд аҳолиси жон бошига тўғри келадиган ўртача сайёҳлар сони;

$A_{\text{ўр}}$ – худуднинг ўртача аҳолиси сони.

5. Худуд аҳолисига пуллик хизматларнинг умумий ҳажмида туризм хизматларининг улуши:

$$\mathfrak{Z}_7 = \frac{T_{\text{хх}}}{A_{\text{пхх}}}$$

бу ерда $\mathfrak{Z}_7$ – худуд аҳолисига пуллик хизматларнинг умумий ҳажмида туризм хизматларининг улуши;

$T_{\text{хх}}$ – туризм хизматлари ҳажми (санаторий-соғломлаштириш, сайёҳлик, меҳмонхона хизматлари ва шунга муқобил жойлаштириш воситалари);

$A_{\text{пхх}}$ – аҳолига пуллик хизматлар кўрсатиш ҳажми (жами).

6. Худуднинг иқтисодий фаол аҳолисининг умумий сонида туризм соҳаси билан банд бўлганларнинг улуши:

$$C_1 = \frac{T_{\text{хў}}}{I_{\text{фас}}}$$

бу ерда, C_1 – иқтисодий фаол аҳолисининг умумий сонида туризм соҳаси билан банд бўлганларнинг улуши;

$I_{\text{фас}}$ – иқтисодий фаол аҳоли сони.

7. Худуднинг аҳоли жон бошига пуллик санаторий-соғломлаштириш хизматлари ҳажми:

$$C_2 = \frac{C_{\text{схх}}}{A_{\text{ўр}}}$$

бунда, C_2 – аҳоли жон бошига пуллик санаторий-соғломлаштириш хизматлари ҳажми;

$C_{\text{схх}}$ – пуллик санаторий-соғломлаштириш хизматлари ҳажми.

8. Худуд аҳолиси жон бошига умумий овқатланиш айланмаси:

$$C_5 = \frac{U_{\text{оа}}}{A_{\text{ўр}}}$$

бу ерда, C_5 – худуд аҳолиси жон бошига умумий овқатланиш айланмаси;

$U_{\text{оа}}$ – худуднинг умумий овқатланиш айланмаси.

Иқтисодий ва ижтимоий блоклар кўрсаткичлари туризм фаолиятининг иқтисодий ва ижтимоий самарадорлигининг интеграл кўрсаткичларини ҳисоблаш учун асос бўлиб хизмат қилади. Қуйида ижтимоий (Эиж) ва иқтисодий (Эиқ) самарадорлигининг интеграл кўрсаткичларини ҳисоблаш формулалари (туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини баҳолашнинг мослаштирилган методологияси бўйича) келтирилган.

Ўрганилаётган ҳудуддаги туризм фаолиятининг иқтисодий ва ижтимоий самарадорлиги кўрсаткичлари динамикасини маълум вақт оралиғида баҳолаш учун уларни қуйидаги формула бўйича нормалаштириш керак:

$$k = \frac{\Delta k}{k_0}$$

бу ерда, k_0 – олдинги даврдаги кўрсаткичнинг қиймати;

Δk – давр учун кўрсаткичнинг ўзгариши.

Статистик кўрсаткичларни ҳисоблаб чиққандан сўнг тегишли блок бўйича иқтисодий ва ижтимоий самарадорликнинг интеграл кўрсаткичи ҳисобланади:

$$y_t = \sum_{t=1}^n a_t k_{ti}$$

бу ерда $t=1$ (иқтисодий самарадорлик кўрсаткичлари блоки) ва $t=2$ (ижтимоий самарадорлик кўрсаткичлари блоки);

y_1 – иқтисодий (ёки ижтимоий) самарадорликнинг интеграл кўрсаткичи;

k_{ti} – t блокдан i -нормаланган кўрсаткич;

a_1 – t -блокнинг i -кўрсаткичи интеграл кўрсаткичга кирган оғирлик;

n – t -блокнинг кўрсаткичлари сони.

A_i ни аниқлаш учун биз кўрсаткичларнинг оғирлигини улар орасидаги жуфт корреляция коэффициентлари бўйича ҳисоблашга асосланган ёндашувдан фойдаланамиз. Агар r_{ij} i ва j кўрсаткичлар орасидаги жуфт корреляция коэффициенти бўлса, у ҳолда оғирликлар қуйидаги формула билан аниқланади:

$$a_i = \frac{\sum_{j=1}^n r_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n r_{ij}}$$

Шундай қилиб, ҳар бир кўрсаткичнинг қолганлари билан жуфт корреляция коэффициентларининг йиғиндиси жуфтлик корреляция коэффициентларининг бутун матрицаси бўйича коэффициентларнинг умумий йиғиндиси билан корреляция қилади. Иккинчиси барча кўрсаткичлар ўртасидаги муносабатни акс эттирганлиги сабабли олинган a_i қийматлари t -блок учун самарадорликнинг интеграл кўрсаткичидаги i -индикаторнинг улушини кўрсатади. Бундай ҳолда ушбу ёндашув ўзини оқлайди, чунки ҳар бир блокда туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигининг бир хил аспекти, жумладан, иқтисодий ёки ижтимоий томонини тавсифловчи кўрсаткичлар мавжуд.

Шунга кўра, туризм фаолиятининг иқтисодий самарадорлигини тавсифловчи кўрсаткични ҳисоблаш формуласи қуйидагича:

$$\mathcal{E}_{иқ} = \sum_{t=1}^7 a_i k_{ti}$$

бу ерда, $\mathcal{E}_{иқ}$ туризм фаолияти иқтисодий самарадорлигининг интеграл кўрсаткичидир.

Туризм фаолияти самарадорлигининг ижтимоий аспекти тавсифловчи кўрсаткични ҳисоблаш формуласи қуйидагича:

$$\mathcal{E}_{иж} = \sum_{t=1}^5 a_i k_{ti}$$

бу ерда, $\mathcal{E}_{иж}$ туризм фаолияти ижтимоий самарадорлигининг интеграл кўрсаткичидир.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлиги тушунчаси кўп жиҳатдан ушбу тушунчанинг ноаниқлиги ва кўп қирралилиги билан боғлиқ бўлган кўрсаткичларнинг кенг доираси билан тавсифланади. Шубҳасиз, аниқ таҳлилни ўтказишда тадқиқот мақсадларидан келиб чиққан ҳолда кўрсаткичлар сонини чеклаш мақсадга мувофиқдир. Бундан ташқари, туризмда самарадорликнинг учта жиҳати, яъни иқтисодий, ижтимоий ва ўзаро муносабатлар аспектларининг ҳар бири учун кўрсаткичлар танланадиган тегишли мезонларни ишлаб чиқиш керак.

Юқорида баён қилинганлар “туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлиги” тушунчасининг қуйидаги таърифини шакллантиришга имкон беради: туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлиги – бу рекреация ва туризм соҳаси фаолиятининг мақсадга мувофиқлигининг учта ўзаро боғлиқ жиҳатини, жумладан иқтисодий, ижтимоий ва ўзаро муносабатларнинг самарадорлигини акс эттирувчи мураккаб, комплексли хусусиятдир. Ўзбекистонда туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини тушуниш учун таклиф этилаётган ёндашувдан амалий фойдаланиш туризм дестинация даражасида мақсадга мувофиқроқ, деб ҳисоблаймиз. Чунки бу даража туризм маҳсулотининг қиймат занжирини ташкил этувчи тармоқ чегараларини аниқ белгилаш имконини беради. Шу билан бирга, таклиф этилаётган ёндашувни янада ривожлантириш туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини баҳолашнинг тегишли методологиясини яратиш ва ишлаб чиқишни, томонлар ва туризм фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлиги жиҳатларининг ҳар бири учун уларни танлаш кўрсаткичлари ва мезонларини асослашни назарда тутлади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // “Халқ сўзи”, 2020 йил 30 декабрь.
2. Абиев Ж.Н. Миллий иқтисодиётда туризм тармоғини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш: И.ф. номзоди ... дисс. автореф. – Самарқанд, 2019.
3. Бердимуродов А.Ш. Глобаллашув шароитида эркин туристик ҳудудларни самарали ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш: И.ф. номзоди ... дисс. автореф. – Самарқанд, 2021.
4. Рубцова Н.В. Содержание понятия «Эффективность туристской деятельности» // Региональная экономика: теория и практика. 2012. №18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soderzhanie-ponyatiya-effektivnost-turistskoy-deyatelnosti> (дата обращения: 21.01.2022).
5. Anda Nicoleta Onetiu, Andreea – Monica Predonu. (2013) “Economic and Social Efficiency of Tourism”, Procedia – Social and Behavioral Sciences, 92. – PP. 648–651. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.732>.
6. Jui-Kou Shang, Fei-Ching Wang & Wei-Ting Hung (2010) A stochastic DEA study of hotel efficiency, Applied Economics, 42:19, 2505-2518, <https://doi.org/10.1080/00036840701858091>.

7. Hsu-Hao Yang, Cheng-Yu Chang, Using DEA window analysis to measure efficiencies of Taiwan's integrated telecommunication firms, Telecommunications Policy, Volume 33, Issues 1–2, 2009, Pages 98-108, ISSN 0308-5961, <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2008.11.001>.

8. Martín J.C., Mendoza C. and Román C. (2017) "Regional Spanish Tourism Competitiveness. A DEA-MONITUR approach", REGION, 4(3), – PP. 153–173. DOI: 10.18335/region.v4i3.145.

9. UNWTO. Tourism Highlights: 2020 Edition, – P. 8. (<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>).

10. www.knoema.com платформаси маълумотлари.

11. www.review.uz/oz/post/turizm-soasini-rivozlantiris-bujica-2019-jilda-amalga-osirilgan-islari.

12. <https://www.dissercat.com/content/sotsialno-ekonomicheskaya-effektivnost-turistskoi-deyatelnosti-v-malykh-i-srednikh-gorodakh>.