



ISSN 2091-5187

SERVIS

ILMIY-AMALIY
JURNAL

№3

2026



SERVIS

ILMIY-AMALIY JURNAL 2026-yil, 3-soni

Muassis: Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

O‘zbekiston Matbuot va axborot agentligi tomonidan 2008-yil 31-dekabrda
0561-raqam bilan ro‘yxatga olingan.
O‘zR OAK Riyosatining 19.03.2017-y., 239/5-sonli qarori bilan e’tirof etilgan.

Tahririyat a’zolari:

Mas’ul kotib:

i.f.d., prof. M.Q.Pardayev

Muharrirlar:

i.f.d., dotsent F.A.Safarov
PhD, dotsent I.M.Pardayeva
PhD, I.Sh.Ernazarova

Texnik muharrir:

katta o‘qituvchi F.O.O‘roqov

Korrektor:

PhD, dotsent v.b.
T.I.Yahyoyev

Sahifalovchi:

PhD, dotsent v.b.
X.N.Ochilova

1 yilda 4 marotaba
chop etiladi.

**O‘zbekiston hududida
tarqatiladi.**

Tahririyat manzili:

140100, Samarqand shahar,
Amir Temur ko‘chasi, 9-uy,

tel.: +998(66)233-28-38,
+998(97)913-74-40

faks: +998(366)231-12-53
el.pochta:

samisiservis@mail.ru

Tahrir hay’ati raisi:

M.E.Po‘latov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti rektori,
i.f.d., professor

Tahrir hay’ati raisi o‘rinbosari:

O.M.Pardayev – SamISI prorektori, iqtisod fanlari doktori,
professor

Tahrir hay’ati a’zolari:

M.M.Muxammedov – SamISI professori, iqtisod fanlari
doktori

D.R.Zaynalov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

O.M.Murtazayev – TDIUSF direktori, iqtisod fanlari doktori,
professor

M.R.Boltabayev – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

R.X.Ergashev – QarMII professori, iqtisod fanlari doktori

B.K.G‘oibnazarov – iqtisod fanlari doktori, professor

I.S.To‘xliyev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

K.B.Urazov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

D.H.Aslanova – iqtisod fanlari nomzodi, professor

Q.J.Mirzayev – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

B.I.Isroilov – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

G.M.Shodiyeva – SamISI professori v.b., iqtisod fanlari doktori

S.N.Toshnazarov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

R.N.Normaxmatov – SamISI professori, texnika fanlari doktori

A.Bektemirov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

M.T.Alimova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

Z.Dj.Adilova – TDIU professori, iqtisod fanlari doktori

Sh.O.Quvondiqov – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

L.N.Xalikova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

F.A.Safarov – SamISI dotsenti, iqtisod fanlari doktori

A.M.Karimova – SamISI professori, iqtisod fanlari doktori

I.B.Mattiyev – SamISI professori, pedagogika fanlari doktori

B.F.Boronov – SamISI professori v.b., iqtisod fanlari doktori

A.N.Xoliqulov – SamISI professori, iqtisod fanlari nomzodi

X.A.Raximov – SamISI dotsenti, PhD

S.A.Babanazarova – SamISI dotsenti, PhD

X.N.Ochilova – SamISI dotsenti v.b., PhD

I.R.Berdikulova – SamISI dotsenti v.b., PhD

A.Q.G‘apparov – SamISI dotsenti v.b., PhD

TADBIRKORLIK, MEHNAT, BANDLIK VA KAMBAG‘ALLIKNI QISQARTIRISH	
Нозир Алиевич Ибрагимов Самарқанд вилоятида тадбиркорлик муҳитини яхшилашда жамоатчилик маслаҳат кенгашининг ўрни	78
Soxibjon Nodirbek o‘g‘li Jo‘raev Kichik biznesni kreditlashda sun‘iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish samaradorligi	83
Shohina Xujmaxmatovna Pirova Sun‘iy intellekt asosida mehnat xavfsizligi va xodimlar farovonligini ta‘minlash	89
XIZMAT KO‘RSATISH VA SERVIS	
Комил Бахрамович Уразов Топография, геодезия ва картография фаолиятида иш ва хизматларни идентификация қилиш	92
Anvar Nematovich Xoliqulov Xizmat ko‘rsatish korxonalari faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish metodikasini takomillashtirish	98
Shavkat Sobirovich Oltayev Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasining o‘rni va ahamiyati, uning iqtisodiy-statistik tahlili va istiqbollari	102
Firdavs Ortiqniyoz o‘g‘li O‘roqov Tibbiy xizmat ko‘rsatuvchi korxonalarda xarajatlarni optimallashtirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish	107
Askar Axrorovich Siddiqov Aholiga umumiy ovqatlanish xizmatlarini ko‘rsatishda to‘yxonalar faoliyatini rivojlantirish metodologiyasini takomillashtirish	110
Shaxriyor Shodiyorovich Turayev Advokatlik xizmatlari samaradorligini baholashda integral ko‘rsatkichlar tizimini qo‘llash metodologiyasi	114
Maftuna Zayniddin qizi Xudoyberdiyeva Xizmat ko‘rsatish sohasida xususiy tadbirkorlik subyektlarining samaradorligini oshirish yo‘llari	118
Charos Murot qizi Avazova Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasida inson kapitali transformatsiyasi va rivojlanish istiqbollari	122
Sherzod Shuxratovich Raxmonov Elektron tijorat infratuzilmasini rivojlantirish orqali savdo xizmatlari samaradorligini oshirish yo‘llari	126
Бехруз Шарофиддин ўғли Усмонов, Мамаюнус Қаршибоевич Пардаев Хизматлар соҳасида меҳнатга ҳақ тўлаш тизимининг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш	130
TURIZM VA MEHMONXONA XO‘JALIGI	
Алишер Абдуғаниевич Эштаев Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожланиш тенденциялари	136
Dilbar Xasanovna Aslanova, Farida Abduxalimovna Axmedjanova Inklyuziv turizmда standartlashtirish: xalqaro tajriba va rivojlanish istiqbollari	140
Rayhona Sadriddinovna Amriddinova, Gulasal Oqmurodovna Bozorova Ijtimoiy mas‘uliyatli biznes, barqaror rivojlanish maqsadlari va turizm: O‘zbekiston uchun amaliy yondashuvlar	143
Temurbek Boburmirzo o‘g‘li Salomov O‘zbekistonda ziyorat turizmi rivojida halol xizmatlar tizimining ahamiyati	148

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 12-yanvardagi PQ-20-sonli “To‘siqsiz turizm infratuzilmasini rivojlantirish va uni rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.
2. UNWTO. Accessible Tourism for All: An Opportunity Within Our Reach. – Madrid: UNWTO, 2016.
3. United Nations. Convention on the Rights of Persons with Disabilities. – New York: BMT, 2006.
4. ISO. ISO 21902:2021 Tourism and related services — Accessible tourism for all — Requirements and recommendations. – Geneva: Xalqaro standartlashtirish tashkiloti (ISO), 2021.
5. European Network for Accessible Tourism (ENAT). Rasmiy veb-sayt. – URL: <https://www.accessibletourism.org>
6. Americans with Disabilities Act of 1990. – AQShning 101–336-sonli federal qonuni.

Rayhona Sadriddinova Amriddinova – SamISI, Turizm kafedrası prof.v.b.

Gulasal Oqmurodovna Bozorova – SamISI, MTMM-125 guruh magistranti

IJTIMOIIY MAS’ULIYATLI BIZNES, BARQAROR RIVOJLANISH MAQSADLARI VA TURIZM: O‘ZBEKISTON UCHUN AMALIY YONDASHUVLAR

Annotatsiya. Maqolada korporativ ijtimoiy mas’uliyat (CSR) va barqaror rivojlanish maqsadlari (SDG) tizimlarining turizm va mehmondo‘stlik sohasidagi o‘zaro bog‘liqligi tahlil qilindi. Carrollning CSR piramidasi hamda Doksining “g‘azablanish indeksi” (Irridex) modellari asosida turizm korxonalarining mahalliy jamoalar oldidagi mas’uliyati tizimlashtirildi. Xalqaro metodologik yondashuvlar O‘zbekistonning joriy turizm statistikasi va institutsional islohotlari bilan qiyoslanib, CSR tashabbuslarini SDG bilan bog‘lash hamda ularning samarasini o‘lchash bo‘yicha amaliy matritsa taklif etildi.

Kalit so‘zlar: O‘zbekiston, korporativ ijtimoiy mas’uliyat, barqaror rivojlanish maqsadlari, turizm, mehmondo‘stlik, CSR piramidasi, Doksi indeksi, ijtimoiy tadbirkorlik, SROI, mahalliy jamoalar.

Kirish. Zamonaviy turizm sanoati shunday bosqichga qadam qo‘ydiki, unda miqdoriy o‘shishning o‘zi muvaffaqiyatning yagona mezonini sifatida qaralmaydi. Turistik oqimning tez ko‘payishi bandlik, transport, mehmonxona xo‘jaligi, umumiy ovqatlanish va hunarmandchilik uchun multiplikativ samara yaratadi, biroq ayni vaqtda infratuzilma, jamoat maydonlari va mahalliy jamoalarga yuklamani kuchaytiradi. Aynan shu sababli korxona darajasidagi ixtiyoriy mas’uliyat amaliyotlari **korporativ ijtimoiy mas’uliyat** so‘nggi yillarda tor kasbiy atamadan destinatsiyalarni boshqarishning amaliy vositasiga aylandi.

O‘zbekiston uchun ushbu masala alohida ahamiyatga ega. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-maydagi PF-87-son Farmonida turistlar sonini va turistik xizmatlar eksportini oshirish, yangi turoperatorlar va turizm infratuzilmasi obyektlarini tashkil etish bo‘yicha ambitsiyali maqsadli ko‘rsatkichlar belgilangan. 2025-yil 19-noyabrdagi PQ-348-son Qaror bilan esa Turizm qo‘mitasi faoliyati qayta tashkil etilib, uning tarkibida barqaror rivojlanish, raqamlashtirish, standartlashtirish va infratuzilmani rivojlantirish yo‘nalishlari bo‘yicha alohida tuzilmalar shakllantirildi. Bu institutsional bazaning murakkabroq boshqaruv modeliga o‘tishga tayyorlanayotganini ko‘rsatadi.

Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, 2025-yil yakunlari bo‘yicha mamlakatga 11,7 million xorijiy turist tashrif buyurgan, turistik xizmatlar eksporti esa 4,8 milliard AQSH dollaridan oshgan. Joylashtirish vositalari soni 6 921 tani, ulardagi o‘rinlar soni esa 185,6 ming donani tashkil etib, 2025-yilning o‘zida 1 023 ta yangi obyekt ishga tushirilgan. Bunday sur‘at muvofiqlashtirish sifati, infratuzilma va turistik talabni boshqarishga qo‘yiladigan talablarni keskin oshiradi.

Shu bilan birga, o‘shishning o‘zi avtomatik tarzda barqarorlikni ta’minlamaydi. Turizmdan olinadigan foydaning mahalliy hududda qolishi, mahalliy aholining sohaga munosabati va resurslardan foydalanish rejimi — bularning barchasi korxona darajasidagi ongli qarorlarga bog‘liq. Mazkur maqolaning maqsadi CSR va SDG tizimlarining nazariy asoslarini tahlil qilish hamda ularni O‘zbekiston turizm korxonalari amaliyotiga tatbiq etishning aniq mexanizmlarini

asoslashdan iborat.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Barqaror turizm, uning zarurati hamda mahalliy jamoalarning turizmga munosabati masalalari bo'yicha I.S.Tuxliyev, M.Q.Pardayev, D.X.Asanova, S.A.Abduxamidov kabi olimlarning ishlarini alohida qayd etish mumkin. Ularda asosiy e'tibor turizm sohasi iste'molchilarining xulq-atvori va ehtiyojlarini tahlil qilish orqali raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan. Xalqaro adabiyotda esa A.Carroll korporativ mas'uliyat darajalarini tizimlashtirgan, G.Doksi mahalliy aholi munosabatining bosqichma-bosqich o'zgarishini asoslagan, UN Tourism hujjatlarida esa turizmning SDG larga qo'shadigan hissasi metodologik jihatdan mustahkamlangan. Shu bilan birga, ushbu modellarni O'zbekiston turizm korxonalari amaliyotiga tatbiq etish masalasi hali yetarlicha o'rganilmagan bo'lib, mazkur maqola shu bo'shliqni to'ldirishga qaratildi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotning nazariy asosini Archie Carroll tomonidan taklif etilgan CSR piramidasi modeli, Doksining “g'azablanish indeksi” (Irridex) modeli hamda Birlashgan Millatlar Tashkilotining 2015-yilda qabul qilingan Barqaror rivojlanish maqsadlari ramkasi tashkil etadi. Empirik baza sifatida O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi va Turizm qo'mitasining ochiq ma'lumotlari, shuningdek milliy qonunchilik hujjatlari qo'llanildi. Tadqiqotda qiyosiy-tahliliy usul, tizimli yondashuv hamda xalqaro metodologik modellarni milliy kontekstga moslashtirish usulidan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Korporativ ijtimoiy mas'uliyat (Corporate Social Responsibility, CSR) — korxonaning qonuniy majburiyatlari va foyda olish maqsadidan tashqari, jamiyat, mahalliy jamoalar, xodimlar va atrof-muhit oldidagi ixtiyoriy mas'uliyatni o'z zimmasiga olishidir. Turizm va mehmondo'stlik sohasida bu tushuncha alohida ahamiyat kasb etadi, chunki soha mahalliy jamoalar bilan bevosita va kundalik aloqada bo'ladi hamda ularning madaniy va tabiiy resurslaridan foydalanadi. CSR ning nazariy asosi Carroll ning “CSR piramidasi” modelida yaqqol ifodalangan bo'lib, u korxona mas'uliyatini to'rt bosqichga ajratadi (1-rasm):

- iqtisodiy mas'uliyat (foyda keltirish va iqtisodiy hayotiylikni ta'minlash),
- huquqiy mas'uliyat (qonunga rioya qilish),
- axloqiy mas'uliyat (qonun talab qilmasa-da, adolatli va to'g'ri harakat qilish),
- filantropik mas'uliyat (jamiyat farovonligiga ixtiyoriy hissa qo'shish).



1-rasm. Carroll ning CSR piramidasi modeli¹.

CSR va ESG mezonlari o'rtasidagi asosiy farq shundaki, CSR ko'proq korxonaning jamiyatga nima berayotganini (tashqi qarash, ixtiyoriy tashabbuslar) tavsiflasa, ESG investorlar nuqtai nazaridan korxonaning nomoliyaviy riskini o'lchaydigan standartlashtirilgan va auditga tortiladigan miqdoriy ramka hisoblanadi. Amaliyotda bu ikki tushuncha bir-birini istisno qilmaydi: kuchli CSR amaliyoti, odatda, yuqori ESG ko'rsatkichlarida ham o'z aksini topadi, chunki CSR tashabbuslarining aksariyati ESG ning ijtimoiy va boshqaruv ustunlariga bevosita hissa qo'shadi.

Turizm sohasidagi CSR amaliyotlari bir necha aniq yo'nalishda namoyon bo'ladi. **Mahalliy iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlash** — mahalliy aholini ishga yollash, mahalliy fermer va hunarmandlardan mahsulot sotib olish, mahalliy ta'minotchilar bilan uzoq muddatli shartnomalar tuzish turizmdan olinadigan iqtisodiy foydaning hududda qolishini ta'minlashning eng bevosita usuli hisoblanadi va u klaster ichidagi qiymat zanjiri tamoyili bilan uzviy bog'liq. **Xodimlarga munosabat** yo'nalishi adolatli ish haqi, xavfsiz mehnat sharoitlari, kasbiy o'sish imkoniyatlari va kamsitishga yo'l qo'ymaslikni qamrab oladi. **Madaniy merosni muhofaza qilish** yo'nalishi esa tarixiy obyektlarni tiklash loyihalarini moliyalashtirish, an'anaviy hunarmandchilikni qo'llab-

¹<https://strategicmanagementinsight.com/tools/carrolls-csr-pyramid/>

quvvatlash va mahalliy madaniy amaliyotlarni hurmat qilishni o‘z ichiga oladi.

Ijtimoiy tadbirkorlik CSR ning yanada rivojlangan shakli bo‘lib, unda ijtimoiy yoki ekologik maqsad korxonaning qo‘shimcha faoliyati emas, balki uning asosiy biznes modelining o‘zagida turadi. Turizm sohasida bunday model ijtimoiy jihatdan zaif guruhlarini (imkoniyati cheklangan shaxslar, uzoq qishloq aholisi, ayollar) ishga jalb qilishga yo‘naltirilgan mehmon uylari va restoranlar yoki foydaning belgilangan qismini tabiatni muhofaza qilishga yo‘naltiruvchi ekoturizm operatorlari shaklida namoyon bo‘ladi. Bunday tashkilotlarda ijtimoiy samara va moliyaviy hayotiylik bir-biriga zid emas, balki bir-birini talab qiluvchi omillardir: tashkilot moliyaviy jihatdan barqaror bo‘lmasa, u o‘z ijtimoiy missiyasini uzoq muddatda davom ettira olmaydi.

CSR faoliyati samaradorligini o‘lchash uning eng murakkab metodologik jihatlaridan biri hisoblanadi, chunki ijtimoiy va ekologik samarani moliyaviy foyda kabi aniq miqdoriy ifodalash ko‘pincha qiyin. Xalqaro amaliyotda bu maqsadda **ijtimoiy investitsiya qaytimi** (Social Return on Investment, SROI) metodologiyasi qo‘llaniladi. U ijtimoiy samarani — yaratilgan ish o‘rinlari, o‘qitilgan yoshlar soni, muhofaza qilingan gektar maydon kabi natijalarni shartli pul ekvivalentiga aylantirib, sarflangan mablag‘ bilan taqqoslaydi. SROI, garchi NPV kabi qat’iy moliyaviy aniqlikka ega bo‘lmasa-da, CSR tashabbuslarini “xayriya xarajati” darajasidan “o‘lchanadigan strategik investitsiya” darajasiga ko‘tarishning muhim analitik vositasi hisoblanadi.

Mahalliy jamoalar bilan munosabatlarni boshqarish CSR ning turizm sohasidagi eng nozik va strategik jihati hisoblanadi, chunki mahalliy aholining turizmga munosabati vaqt o‘tishi bilan o‘zgarib boradi. Doksining “g‘azablanish indeksi” (Irridex) modeliga ko‘ra, bu munosabat to‘rt bosqichdan o‘tadi:

dastlabki hayajon va mehmondo‘stlik (euphoria),
loqaydlik (apathy),
bezovtalik (annoyance),
ochiq qarshilik (antagonism).¹

Birinchi bosqichda hudud aholisi turizmni rivojlantirish istiqboli tufayli ijobiy hissiyot holatida bo‘ladi, ikkinchi bosqichda turistlariga daromad va investitsiya manbai sifatida qaray boshlaydi, uchinchi bosqichda odam ko‘pligi, transport tiqilinchligi, chiqindilar hamda mahalliy aholi ehtiyojlariga emas, balki turistik qulayliklarga yo‘naltirilgan sarmoyalar salbiy munosabat uyg‘otadi, to‘rtinchi bosqichda esa turistlar hududdagi barcha muammolarning ildizi sifatida qabul qilina boshlaydi.

Bu evolyutsiya, odatda, turistlar sonining hududning ko‘tarish sig‘imidan oshib ketishi va turizmdan olinadigan foydaning mahalliy aholiga adolatsiz taqsimlanishi natijasida tezlashadi. Aynan shu sababli CSR va mahalliy jamoalar bilan ochiq muloqot turistik obyektning uzoq muddatli ijtimoiy barqarorligini ta’minlashning zaruriy sharti hisoblanadi. O‘zbekiston sharoitida bu xulosa amaliy ahamiyatga ega: turistik oqim eng ko‘p to‘planadigan tarixiy shaharlarda aholining munosabatini muntazam o‘lchash va uni destinatsiya boshqaruvining KPI tizimiga kiritish maqsadga muvofiqdir.

Ko‘ngillilik turizmi (volunteer tourism) — turistlarning ta’til davomida mahalliy ijtimoiy yoki ekologik loyihalarda ishtirok etishi — CSR va turizmning kesishgan sohasi bo‘lib, so‘nggi yillarda ham ommalashgan, ham jiddiy tanqidga uchragan. Tanqidchilar bu amaliyotning ayrim shakllari mahalliy jamoalarga haqiqiy foyda keltirishdan ko‘ra ko‘proq turistning hissiy ehtiyojini qondirishga xizmat qilishini, malakasiz ko‘ngillilar mahalliy malakali xodimlar o‘rnini egallashi mumkinligini va, ayniqsa bolalar muassasalari bilan ishlashda, jiddiy etik muammolar keltirib chiqarishini ta’kidlaydi. Shu sababli mas’uliyatli ko‘ngillilik turizmi mahalliy jamoaning haqiqiy ehtiyojidan kelib chiqishi, ko‘ngillilarning malakasiga mos vazifalarni belgilashi va uzoq muddatli hamkorlikka asoslanishi lozim.²

Barqaror rivojlanish maqsadlari (Sustainable Development Goals, SDG) — Birlashgan Millatlar Tashkiloti tomonidan 2015-yilda qabul qilingan, 2030-yilgacha mo‘ljallangan 17 ta global maqsad va 169 ta vazifadan iborat universal ramka hisoblanadi. Turizm sohasi ushbu

¹Что такое индекс раздражения Дохей и как он работает? - Преподаватель туризма

²<https://www.worldvision.ca/en/stories/voluntourism-the-good-and-the-bad>

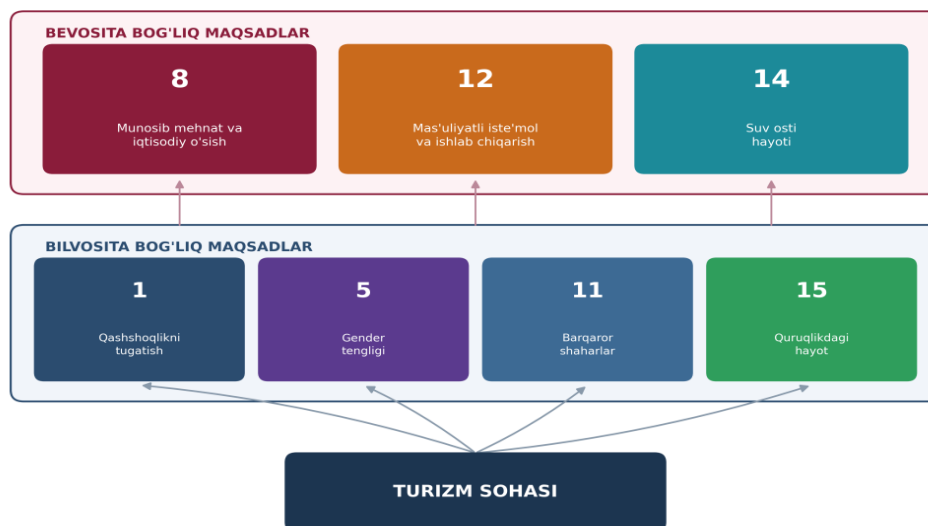
maqsadlarning bir qanchasiga bevosita hissa qo‘shadi (2-rasm). Uchta maqsad turizm bilan eng bevosita bog‘langan deb tan olinadi:

8-maqsad (“Munosib mehnat va iqtisodiy o‘shish”) — turizm dunyodagi eng yirik ish o‘rinlari yaratuvchi sohalardan biri;

12-maqsad (“Mas’uliyatli iste’mol va ishlab chiqarish”) — barqaror turizm amaliyotlari resurslardan oqilona foydalanishga bevosita xizmat qiladi;

14-maqsad (“Suv osti hayoti”) — sohil bo‘yi va dengiz turizmi ekotizimlarga bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

Bundan tashqari, turizm bilvosita tarzda 1, 5, 11 va 15-maqsadlarga ham hissa qo‘shadi.



2-rasm. Turizm sohasining Barqaror rivojlanish maqsadlari bilan bog‘liqligi.

Shu bilan birga, turizmning SDG larga ta’siri har doim ham ijobiy bo‘lavermaydi. Nazoratsiz rivojlangan ommaviy turizm bir qator maqsadlarga zarar yetkazishi mumkin: haddan tashqari suv iste’moli 6-maqsadga, uglerod chiqindilari 13-maqsadga, mahalliy madaniyatning tijoratlashuvi va ko‘chmas mulk narxlarining oshishi natijasida mahalliy aholining siqib chiqarilishi esa 10-maqsadga salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Aynan shu ikki tomonlama tabiat SDG tamoyillarini ongli va tizimli ravishda joriy etish zaruratini keltirib chiqaradi: turizm o‘z-o‘zidan barqaror rivojlanishga xizmat qilmaydi, u faqat maqsadli boshqarilgandagina shunday samara beradi.

O‘zbekistonda SDG tamoyillarini milliy siyosatga integratsiya qilish institutsional darajada amalga oshirilmoqda. Mamlakat o‘zining milliy barqaror rivojlanish maqsadlarini qabul qilib, ularning ijrosini Statistika agentligi yuritadigan milliy SDG statistika platformasi orqali muntazam monitoring qilib bormoqda. Korxona darajasida esa “SDG xaritalash” usuli keng qo‘llaniladi: korxona o‘zining mavjud va rejalashtirilgan faoliyatini 17 ta maqsad bilan taqqoslab, qaysi maqsadlarga eng katta hissa qo‘shayotganini va qaysilariga salbiy ta’sir ko‘rsatayotganini aniqlaydi. Bunday xaritalash korxonaga barcha maqsadlar bo‘yicha bir vaqtda ishlash o‘rniga, o‘z faoliyati bilan eng chuqur bog‘liq uch-besh maqsadga strategik e’tibor qaratish imkonini beradi.

Yuqoridagi nazariy qoidalarni O‘zbekiston turizm korxonalari amaliyotiga tatbiq etish uchun quyidagi amaliy matritsa taklif etiladi (1-jadval). Unda har bir CSR yo‘nalishi aniq boshqaruv qaroriga, kutiladigan samaraga va o‘lchanadigan ko‘rsatkichga bog‘langan.

1-jadval

CSR va SDG tamoyillarini O‘zbekiston turizm korxonalarida joriy etish matritsasi

CSR yo‘nalishi	Korxona darajasidagi qaror	Kutiladigan samara	O‘lchov ko‘rsatkichi (KPI)
Mahalliy iqtisodiyotni qo‘llab-quvvatlash	Mahalliy ta’minotchilar ulushini oshirish, hunarmandchilik mahsulotlarini paketga kiritish	Turizm daromadining hududda qolishi, mahalliy bandlikning	Mahalliy xaridlar ulushi; mahalliy xodimlar soni

		o'sishi	
Xodimlarga munosabat	Adolatli ish haqi tizimi, muntazam malaka oshirish, mehnat xavfsizligi standartlari	Kadrlar qo'nimsizligining kamayishi, xizmat sifatining barqarorligi	Kadrlar almashinuvi koeffitsienti; o'qitish soatlari
Madaniy merosni muhofaza qilish	Tarixiy obyektlarni tiklashga hissa qo'shish, an'anaviy hunarmandchilikni qo'llab-quvvatlash	Turistik mahsulotning autentikligi va farqlanuvchanligi oshishi	Meros loyihalariga sarflangan mablag'; mahalliy usta-hamkorlar soni
Ekologik mas'uliyat	Suv va energiya iste'molini kamaytirish, chiqindilarni ajratib yig'ish, "yashil" sertifikatlash	Operatsion xarajatlarning kamayishi, ekologik risklarning pasayishi	Bir mehmon-tunga suv/energiya sarfi; sertifikat mavjudligi
Mahalliy jamoalar bilan muloqot	Aholi munosabatini muntazam so'rovnoma orqali o'lchash, ochiq muloqot maydonchalari	Doksi indeksi bo'yicha salbiy bosqichga o'tishning oldini olish	Aholi qoniqish indeksi; shikoyatlar dinamikasi
Ijtimoiy tadbirkorlik	Zaif guruhlarini bandlikka jalb qilish, ijtimoiy missiyani biznes modelga kiritish	Ijtimoiy samara va moliyaviy barqarorlikning uyg'unlashuvi	SROI koeffitsienti; jalb qilingan shaxslar soni

Xulosa va takliflar. O'tkazilgan tahlil quyidagi xulosalarni shakllantirish imkonini beradi. Birinchidan, korporativ ijtimoiy mas'uliyat va Barqaror rivojlanish maqsadlari turizm sohasining jamiyat oldidagi mas'uliyatini ikki xil, ammo bir-birini to'ldiruvchi darajada ifodalaydi: CSR korxona darajasidagi ixtiyoriy va amaliy tashabbuslarni, SDG esa global va milliy darajadagi umumiy maqsadlar ramkasini belgilaydi. Ularning uyg'unlashuvi turizm salohiyatini nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy va ekologik jihatdan ham barqaror tarzda ro'yobga chiqarishning asosini tashkil etadi.

Ikkinchidan, turistik oqimning tez o'sishi sharoitida mahalliy aholining munosabatini kuzatib borish zarur. Doksi indeksi modeli shuni ko'rsatadiki, salbiy munosabat bir kunda shakllanmaydi — u bosqichma-bosqich rivojlanadi va dastlabki bosqichlarda uni boshqarish ancha oson. Shu sababli asosiy turistik markazlarda aholi qoniqishini muntazam o'lchash tizimini yo'lga qo'yish taklif etiladi.

Uchinchidan, CSR tashabbuslari “xayriya xarajati” sifatida emas, balki o'lchanadigan investitsiya sifatida rasmiylashtirilishi lozim. Buning uchun SROI metodologiyasidan foydalanish hamda har bir tashabbusni aniq KPI bilan bog'lash zarur. 1-jadvalda taklif etilgan matritsa ana shunday bog'lanishning amaliy namunasi hisoblanadi.

To'rtinchidan, korxona darajasida “SDG xaritalash” usulini joriy etish maqsadga muvofiq. Cheklangan resurslar sharoitida barcha 17 maqsad bo'yicha bir vaqtda ishlashdan ko'ra, korxona faoliyati bilan eng chuqur bog'liq uch-besh maqsadga e'tibor qaratish ancha katta real samara beradi.

Beshinchidan, barqaror turizmni rivojlantirish ko'p tomonlama vazifa bo'lib, u davlat organlari, xususiy sektor, mahalliy jamoalar, ilmiy muassasalar va xalqaro tashkilotlarning muvofiqlashtirilgan hamkorligini talab qiladi. Bunda davlat huquqiy ramka va infratuzilmani, xususiy sektor kapital va operatsion samaradorlikni, mahalliy jamoa bilim va madaniy autentiklikni, ilmiy muassasalar esa monitoring va ekspertizani ta'minlaydi. Aynan shu taqsimot SDG larning 17-maqsadi — “Maqsadlar yo'lidagi sheriklik” mazmunini turizm sohasida amaliy ifodalaydi.

Keyingi tadqiqotlar doirasida O'zbekistonning yirik turistik markazlarida mahalliy aholi va

turizm korxonalarini o'rtasida tanlanma so'rovlarni o'tkazish hamda CSR tashabbuslarining SROI ko'rsatkichlarini milliy ma'lumotlar asosida hisoblash maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-maydagi PF-87-son Farmoni. <https://lex.uz/uz/docs/7531353>
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 19-noyabrda PQ-348-son Qarori. <https://lex.uz/>
3. Tuxliyev I.S., Abduhamidov S.A. “Turizm: nazariya va amaliyot”. Darslik. T.: “Fan va texnologiya”, 2020 y. 424 b.
4. <https://strategicmanagementinsight.com/tools/carrolls-csr-pyramid/>
5. <https://stat.uz/>
6. <https://gov.uz/uz/uzbektourism>
7. <https://www.worldvision.ca/en/stories/voluntourism-the-good-and-the-bad>
8. Что такое индекс раздражения Докси и как он работает? - Преподаватель туризма

Р.Амриддинова, Г.Бозорова Социально ответственный бизнес, цели устойчивого развития и туризм: практические подходы для Узбекистана Аннотация. В статье анализируется взаимосвязь между корпоративной социальной ответственностью (КСО) и Целями устойчивого развития (ЦУР) в сфере туризма и гостеприимства. На основе пирамиды КСО Кэрролла и модели «индекса раздражения» (Irridex) Докси систематизирована ответственность туристических предприятий перед местными сообществами. Международные методологические подходы сопоставлены с текущей туристической статистикой и институциональными реформами в Узбекистане, а также предложена практическая матрица для увязки инициатив КСО с ЦУР и измерения их эффективности. Ключевые слова: Узбекистан, корпоративная социальная ответственность, цели устойчивого развития, туризм, гостеприимство, пирамида КСО, индекс Докси, социальное предпринимательство, SROI, местные сообщества.	R.Amriddinova, G.Bozorova Socially responsible business, sustainable development goals, and tourism: practical approaches for Uzbekistan Abstract. This article analyzes the relationship between corporate social responsibility (CSR) and the Sustainable Development Goals (SDGs) in the tourism and hospitality sector. The responsibility of tourism enterprises towards local communities is systematized based on Carroll's CSR pyramid and Doxey's Irritation Index model. International methodological approaches are compared with current tourism statistics and institutional reforms in Uzbekistan. Additionally, a practical matrix is proposed for linking CSR initiatives with the SDGs and measuring their effectiveness. Keywords: Uzbekistan, corporate social responsibility, sustainable development goals, tourism, hospitality, CSR pyramid, Doxey's index, social entrepreneurship, SROI, local communities.
--	--

Temurbek Boburmurodov o'g'li Salomov – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti doktoranti, timurbek.sam1995@gmail.com

O'ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMI RIVOJIDA HALOL XIZMATLAR TIZIMINING AHAMIYATI

Annotatsiya. Mazkur maqolada O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirishda halol xizmatlarning o'rnini va ahamiyatini ilmiy jihatdan tadqiq etilgan. Shuningdek, halol mehmonxona, ovqatlanish, transport va axborot xizmatlarining ziyoratchilar qoniqishiga ta'siri o'rganildi. Tadqiqotda tizimli tahlil va qiyosiy tahlil, metodlaridan foydalanildi. Ayniqsa, halol xizmatlarni xalqaro standartlar asosida rivojlantirish O'zbekistonning ziyorat turizmi bozorida raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshiradi.

Kalit so'zlar. Ziyorat turizmi, halol xizmatlar, halol tourism, xizmatlar sifati, ziyoratchilar, halol mehmonxona, halol ovqatlanish, turizm infratuzilmasi, xizmatlar sektori, barqaror turizm, musulmon sayyohlar.

Kirish. So'nggi yillarda jahon turizm sanoatida diniy va ma'naviy qadriyatlarga asoslangan sayohatlarga bo'lgan talab izchil ortib bormoqda. Ayniqsa, musulmon sayyohlar

ISSN 2091-5187

œ “SERVIS” œ

Jurnal Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tahririyat
bo‘limida nashrga tayyorlandi.

08.09.2026 yilda terishga berildi. 25.09.2026 yilda bosishga ruxsat etildi. Ofset
bosma qog‘ozi. Qog‘oz bichimi 60x84_{1/8}. “Times” garniturasini. Ofset bosma usuli.
Shartli bosma tabog‘i 15,6. Hisob-nashriyot
tabog‘i 14,68. Adadi 100 nusxa. Buyurtma №0169A/26

Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo‘limida chop etildi.
Litsenziya № 025316.
Reestr № X-119112.

Manzil: Samarqand shahri, Shoxruh ko‘chasi, 60-uy.

© Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, 2026.