



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2025
1-сон



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2025 йил, 1-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎзР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Тахририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:

и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

Бош муҳаррир

ўринбосари:

и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

Масъул котиб:

и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

Муҳаррирлар:

и.ф.д., доцент Ф.А.Сафаров

PhD, доцент И.М.Пардаева

А.Х.Мингбоев

Техник муҳаррир:

и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

Корректор:

PhD, доц. С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:

PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба
чоп этилади.

**Ўзбекистон худудида
тарқатилади.**

Тахририят манзили:

140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

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

факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:

samisiservis@mail.ru

Тахририят кенгаши раиси:

М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институти ректори, и.ф.д., профессор

Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва
инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

Тахрир кенгаши аъзолари:

Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Президенти
хузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д.,
профессор

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.К.Ғоибназаров – и.ф.д., профессор.

М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Д.Р.Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Муртазаев – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.

М.Р.Болтабаев – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.

Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

С.Н.Тошназаров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.

А.Бектемиров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.

З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ профессори в.б., иқтисод
фанлари доктори

Л.Н.Халикова – СамИСИ профессори, DSc

Ф.А.Сафаров – СамИСИ доценти, DSc

А.М.Каримова – СамИСИ профессори в.б., DSc

Наргиза Музафаровна Бабаева Жаҳон лизинг хизматлари бозорининг ҳолати таҳлили ва ўзбекистонда унинг ривожланиш тенденциялари.	70
Рамз Зоиржон ўғли Мухаммадиев Тиббий хизмат сифатини яхшилашда юқори технологиялар ўрни.	77
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Гульнара Мардиевна Шадиева, Бону Бахтиёрвна Давронова Туризм в Узбекистане: драйвер экономического роста и социальной стабильности	80
Maksuda Valeriyevna Israilova Sog'lomlashtirish turizmning mohiyati va rivojlanish tarixi.	84
Dilshod Usmanovich Ruzmanov Turizmда madaniy-tarixiy resurslar salohiyatidan samarali foydalanish usullarini takomillashtirish	90
Nargiza Akbardjonovna Abduvaxidova Barqaror turizm rivojlanishida muammo va imkoniyatlar	94
Фарход Абдихидович Бекназаров, Азиза Пирмаматовна Махмудова Мамлакатимиз экотизими ва маданий меросини комплекс сақлаш ҳамда минтақада экотуризмни ривожлантиришда геопапркларнинг ўрни	99
Aziza Javaxirovna Mir-Djafarova Iqtisodiyotni raqamlashtirishda turizm va mehmonxona xizmatlarini tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish	103
Камилла Бахромовна Суюнова, Олтинбек Бобирович Умаров Роль маркетинговых стратегий в развитии цифровизации сферы туризма в Узбекистане	108
Rayhona Sadriddinovna Amriddinova, Sitara Otabekovna Xamroyeva Jismoniy imkoniyatlari ma'lum darajada cheklangan insonlar turizmini rivojlantirishda innovatsion texnologiyalarning ahamiyati	111
Parvina Asliddin qizi Xolmatova Hududlarda ekoturizmni tashkil etish va rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi	114
Xasan Ibragimovich Turdibekov O'zbekiston sharoitida overturizmni baholash uslubiyatini takomillashtirish	118
Aziza Yusufbekovna Talibova O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot sharoitida ekskursiya xizmatlarini rivojlantirishning samarali yo'llari	122
Нодир Нозимович Негматов Роль визуальных и культурных стимулов Узбекистана в формировании лояльности туристов: нейромаркетинговый подход.	127
Nodirjon Abduxalil o'g'li Xoliqov, Ibragim Xudayarovich Nimatov O'zbekiston Respublikasi turistik salohiyati: tahlillar va istiqbollar	132
Азиза Пирмаматовна Махмудова, Ситора Отабековна Ҳамраева Мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантиришда Big Data технологияларидан фойдаланиш йўллари	138
МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ	
Nigina Marupovna Usmanova, Mavluda Shuxratjon qizi Nishonova Qarorlar qabul qilish jarayonini tahlil qilish va korxonada boshqaruvni takomillashtirish yo'llari	140
Gulshan Akmalovna Abduvohidova Tashkilot intellektual resurslarini boshqarish tamoyillari	145

9. Krishna, A. (2012). An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. *Journal of consumer psychology*, 22(3), 332-351.
10. Leder, H., Belke, B., Oeberst, A., & Augustin, D. (2004). A model of aesthetic appreciation and aesthetic judgments. *British Journal of Psychology*, 95(4), 489-508.
11. Meyer, E. (2014). The culture map: Breaking through the invisible boundaries of global business. *PublicAffairs*.
12. Morin, C. (2011). Neuromarketing: The new science of consumer behavior. *Society*, 48(2), 131-135.
13. Murphy, E. R., Illes, J., & Reiner, P. B. (2008). Neuroethics of neuromarketing. *Journal of Consumer Behaviour*, 7(4-5), 293-302.
14. Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard business review*, 81(12), 46-55.
15. Schacter, D. L. (1987). Implicit memory: History and current status. *Journal of experimental psychology: Learning, memory, and cognition*, 13(3), 501.
16. Winkelman, M. (1994). Cultural shock and adaptation. *Journal of counseling & development*, 73(2), 121-126.

<p>N.Negmatov</p> <p>O‘zbekistonning vizual va madaniy omillarining turistlar xolisligini shakllantirishdagi roli: neyromarketing yondashuvi</p> <p>Annotatsiya. Maqolada O‘zbekistonning vizual va madaniy omillarining turistlarning neyrofiziolik reaksiyalariga ta’siri neyromarketing usullari yordamida tahlil qilingan. Arxitektura detallari, so‘zanida foydalanilgan o‘zbek milliy ramzlari naqshlari, his-hayajonning kuchayishi va xolislik, shuningdek, madaniy farqlarning o‘zaro bog‘liqliklari aniqlandi. Turizm sanoatini rivojlantirish uchun tavsiyalar keltirilgan.</p> <p>Kalit so‘zlar: neyromarketing, turizm, turistlar xolisligi, vizual stimullar, madaniy stimullar, hissiy jalb qilish, aytreking, teri-galvanik reaksiya, iste’molchi xolisligi indeksi, madaniy farqlar, turizm marketingi.</p>	<p>N.Negmatov</p> <p>The role of visual and cultural incentives of Uzbekistan in shaping tourist loyalty: a neuromarketing approach</p> <p>Abstract. The article analyzes the impact of visual and cultural stimulus from Uzbekistan on the neurophysiological reactions of tourists using neuromarketing methods. Correlations were identified between architectural details, Uzbek national symbolism, used in suzani patterns, emotional excitement, loyalty, and cross-cultural differences. Recommendations are proposed for the development of the tourism industry.</p> <p>Keywords: neuromarketing, tourism, tourist loyalty, visual incentives, cultural stimulus, emotional engagement, eye-tracking, galvanic skin response, net promoter score, cross-cultural differences, marketing in tourism.</p>
--	---

Nodirjon Abduxalil o‘g‘li Xoliqov – “Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti assistenti

Ibragim Xudayarovich Nimatov – “Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti stajor-o‘qituvchisi

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI TURISTIK SALOHİYATI: TAHLILLAR VA ISTIQBOLLAR

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekiston Respublikasi turistik salohiyati statistik jihatdan tahlil qilingan. Shuningdek, ushbu sohaga yondosh omillar o‘rganilib, tadqiq etilgan. Shu bilan bir qatorda, respublikamizda turizm sektorini rivojlantirish, yangi turmahsulotlar yaratish, zamonaviy kadrlar bilan ta’minlash maqsadida turistik sektor va unga ta’sir etuvchi omillarning istiqboldagi qiymatlari mualliflar tomonidan prognoz qilingan.

Kalit so‘zlar: turizm, ziyorat turizmi, korrelyatsiya, regressiya, korrelyatsiya matritsasi, omilli tahlil, ekonometrik tahlil.

Kirish. Jahonda ziyorat turizmi iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishning muhim tarmog‘iga

aylangan bo‘lib, mamlakatlar iqtisodiy o‘shishi va madaniy aloqalarini kengaytirishga katta hissa qo‘shmoqda. Bu turizm turi diniy va ma‘naviy merosni saqlash, infratuzilmani rivojlantirish va xalqaro aloqalarni mustahkamlashda muhim rol o‘ynaydi. Oxford Business Group xalqaro konsalting firmasi ma‘lumotlariga ko‘ra, “har yili taxminan 330 million kishi ziyorat maqsadlariga ko‘ra sayohat qiladi va bu sayohatlar ziyoratlarni, shuningdek, yil davomida muhim tarixiy va diniy joylarga ekskursiyalarni o‘z ichiga oladi. Xalqaro turistlarning taxminan 25 foizi ushbu turizm turiga qiziqish bildirmoqda. 2023-yilda ziyorat turizmdan global daromad 15,1 milliard AQSh dollarni tashkil etgan va 2033-yilga kelib bu ko‘rsatkich 41 milliard dollarga yetishi kutilmoqda”¹. Bu borada, ziyorat turizmi nafaqat turistlarning ma‘naviy ehtiyojlarini qondirish uchun ruhiy makonlarga jalb qiladi, balki mamlakatlar uchun katta iqtisodiy foyda keltiradi. Shu jihatdan ham bugungi kunda ziyorat turizmiga oid destinatsiyalarni rivojlantirish zamonaviy tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Iqtisodiy adabiyotlarda hamda turizm sohasiga oid ilmiy ishlarda ziyorat turizmini rivojlantirishning nazariy-metodologik jihatlari ko‘plab xorijlik olimlar, jumladan: G.Richards, J.Wilson², Richard George, Brian King³ A.Yu.Aleksandrova, I.T.Balabanov, M.A.Jukova, M.B.Birjakov, Yu.A.Barzikin, N.I.Kabushkin, R.V.Kolotova, A.E.Saak, V.A.Kvartalnov⁴ va boshqa olimlar tomonidan yoritilgan.

Ziyorat turizmini tadqiq etishda mamlakatimiz olimlaridan Q.X.Abdurahmanov, N.T.To‘xliyev, M.Q.Pardayev, I.S.Tuxliyev, A.A.Eshtayev, B.Sh.Safarov, O.M.Pardayev, M.T.Aliyeva, O.H.Xamidov, A.N.Norchayev, A.T.Mirzayev, N.S.Ibragimov⁵ kabi iqtisodchi olimlar ilmiy-tadqiqot ishlarini olib bormoqdalar.

Shu bilan birga, turizm sohasining rivojlanishi tendensiyalarining ayrim jihatlari, shuningdek turistik hududlarning turistik raqobatbardoshligini, jozibadorligini oshirish kabi masalalarga keng to‘xtalib o‘tishgan.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot davomida analiz va sintez, abstrakt-mantiqiy tahlil, ekonometrika, kuzatish, qiyoslash, korrelyatsiya, regressiya, statistik va iqtisodiy tahlil kabi usullarni qo‘llagan holda o‘rganilgan.

Tahlil va natijalar. Biz tadqiqot davomida O‘zbekiston Respublikasida ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar soniga (Y) ta’sir qiluvchi omillarni belgilab oldik(1-jadval).

Bunda biz tadqiqot davomida quyidagi 2 ta gipotezani tekshiramiz:

H0 — X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9, X10, X11 omillarning kamida bittasi Y ga ta’siri statistik ahamiyatga ega.

H1 — X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9, X10, X11 omillarning hech biri Y ga ta’siri statistik ahamiyatga ega emas.

¹<https://oxfordbusinessgroup.com/reports/saudi-arabia/2023-report/>

² Greg Richards, Julie Wilson—“ Today’s youth travellers, tomorrows global nomads: New horizons in independent youth and student travel: A report for the International Student Travel Confederation (ISTC) and the Association of Tourism and Leisure Education (ATLAS)” International Student Travel Confederation, 2003.

³ Creating a scale for assessing socially sustainable tourism. H Qiu Zhang, DXF Fan, TSM Tse, B King - Journal of Sustainable Tourism, 2017

⁴ Александрова А. Ю. Международный туризм. Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2001.– 464 с.; Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. -М.: Финансы и статистика, 2003. –176 с.;

⁵Абдурахмонов К.Х. Менеджмент туризма: Учебное пособие. – Т.: Филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» в г. Ташкенте, 2013. -248 с.; Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.: Гос. Науч. Изд. "O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi", 2006. -386 с.; Pardayev M.Q., Atabayev R. Turistik resurslarni tahlil qilish va baholash. -Samarqand: SamISI, 2006. – 137 b.; Tuxliev I. Turizm asoslari. Samarqand: SamISI. 2015. – 271 b.; Eshtayev A.A. Globallashuv sharoitida turizm industriyasini boshqarishning marketing strategiyasi (O‘zbekiston Respublikasi turizm tarmog‘i misolida). DSc. Dissertatsiya avtoreferati – Samarqand. 2019.-246 b.; B.Sh. Safarov Milliy turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari. //Monografiya. -T.: “Fan va texnologiya” nashriyoti. 2016. –148 b.; Pardayev O.M. Menajment. O‘quv qo‘llanma. – T.: Fan va texnologiya, 2019. –248 b.; Aliyeva M.T. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida turizm xizmatlari sohasini boshqarishning iqtisodiy jihatlari: iqt.fan.dok. diss. avtoref. – S.: SamISI, 2019. -77 b.; Hamidov O.H., Norchayev A.N. Ekoturizm. — Darslik. — T.: TDIU, 2011. -138 b.; Norchayev A.N. Zamonaviy turizm infratuzilmasining shakllanish va rivojlanish tendensiyalari. DSc. Dissertatsiya avtoreferati-Toshkent. 2021.; Mirzayev A.T. O‘zbekistonda turistik-rekreasiya faoliyatini boshqarish metodologiyasini takomillashtirish. DSc. diss. avtoref. – Toshkent, 2021. –68 b.; Ibragimov N.S., Turistik hududni barqaror rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari // Buxoro: Durdona nashriyoti 2020. – 204 b.

1-jadval.

O‘zbekiston Respublikasida ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar soni va uning o‘zgarishiga ta’sir etuvchi omillar dinamikasi

Yillar	Y- O‘zbekiston Respublikasi da ziyorat maqsadida joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar, nafar	X1- Respublika mizga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni. Nafar	X2- Turistik xizmatlar eksporti mlrd. so‘m	X3- Transport xizmatlar i eksporti. mlrd. so‘m	X4- Joylashtirish vositalarida joylashtirilg an shaxslar soni, ming kishi	X5- O‘zbekiston Respublikas ida, turistik firma va tashkilotlar, birlik	X6- Jismoniy shaxslarga xizmatlar, madaniyat va dam olish xizmatlari eksporti, mlrd. so‘m	X7- YalM hajmi mlrd. so‘m (yakuniy iste‘mol usulida, doimiy narxlarda, yillik)	X8- Turistik xizmatl ar importi mlrd. so‘m	X9- Transp ort xizmatl ari importi , mlrd. so‘m	X10- Aholi jon boshiga YalM hajmi ming so‘m	X11- Mehmonxo na va shunga o‘xshash joylashtirish vositalari obyektlari soni
2010	17051	1398702	2733	8590	946,8	313	65838,9	758	24940	2763,7	434	
2011	20197	1472245	3416	11358	1122,1	332	84876,7	778	29810	3518,6	500	
2012	21394	1946607	5679	13476	1189,6	351	110564,6	1238	30280	4285,2	483	
2013	21599	2028620	11123	14063	1216,4	348	136899,9	2785	34830	5069,3	541	
2014	22895	1938035	10520	15043	1271,9	343	163849,7	2871	41210	6074,2	613	
2015	23854	2034253	11875	14811	1325,2	398	200316,3	3521	23230	7072,2	661	
2016	27422	2157676	12525	15257	1513,1	433	234481,8	3454	29720	8020,1	750	
2017	58199	2847877	54690	16007	1714,2	449	266648,4	13589	30300	9802,1	816	
2018	98553	5346219	10411	16879	2125,9	502	376269,8	15069	38370	12945,7	916	
2019	105221	6748512	13130	17657	2193,4	517	505766,1	16515	41510	15863,8	1051	
2020	42182	1504126	2558	14261	702,8	337	603956,2	4425	16560	17688,5	1156	
2021	27045	1881334	4221	17441	1217	288	721712,7	8869	21110	21149,2	1085	
2022	58872	5232780	16098	22047	2250,3	330	869779,8	14298	40610	25151,9	1167	
2023	72999	6626301	21431	24404	2524,3	582	1058208,7	13393	90360	29291,4	1387	

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

Ushbu omillar O‘zbekiston Respublikasida ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar sonining 2010-yildan 2023-yilgacha

o‘zgarish dinamikasi quyidagi 1-jadvalda keltirilgan.

Tadqiqotning dastlabki bosqichida biz o‘rganilayotgan omillar o‘rtasidagi o‘zaro bog‘lanishlarni tahlil qilish maqsadida korrelyatsiya matritsasini tuzdik (2-jadval). Ushbu matritsa omillar orasidagi korrelyatsion bog‘lanish darajasini aniqlash imkonini beradi.

2-jadval.

O‘zbekiston Respublikasida ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar soni va unga ta’sir etuvchi omillarning korrelyatsiya matritsasi¹

Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11
Y	1.0000										
X1	0.9024	1.0000									
X2	0.3319	0.2820	1.0000								
X3	0.6001	0.7818	0.3514	1.0000							
X4	0.8005	0.9441	0.4441	0.8262	1.0000						
X5	0.7691	0.7808	0.4508	0.5552	0.7722	1.0000					
X6	0.0439	0.3237	0.1069	0.5482	0.4097	0.5202	1.0000				
X7	0.5182	0.6499	0.1189	0.8760	0.5985	0.3469	0.3924	1.0000			
X8	0.9094	0.8705	0.5132	0.7624	0.8523	0.6440	0.0747	0.6736	1.0000		
X9	0.4600	0.7211	0.2579	0.7111	0.7481	0.6996	0.7436	0.5519	0.4554	1.0000	
X10	0.5578	0.6709	0.1505	0.8865	0.6222	0.3679	0.3672	0.9978	0.7145	0.5372	1.0000
X11	0.6440	0.6755	0.1987	0.8487	0.6003	0.4599	0.3357	0.9604	0.7501	0.4783	0.9707

Ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar soniga ta’sir etuvchi omillar bo‘yicha korrelyatsiya matritsasi yordamida omillar orasidagi bog‘liqlikni tahlil qildik. Multikollinearlikni aniqlash uchun Chaddock shkalasi bo‘yicha korrelyatsiya ko‘rsatkichlari 0,7 yoki undan yuqori bo‘lsa, omillar orasida kuchli bog‘liqlik mavjud deb qaraladi². Matritsada bunday ko‘rsatkichlar kuzatilgan va ular multikollinearlik ehtimolini bildiradi. Ushbu holat multikollinearlik muammosini keltirib chiqarishi mumkin, ya’ni bu omillar birgalikda modelga kiritilganda natijalarning aniqligini pasaytiradi va regressiya koeffitsientlarining ishonchliligiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Shu sababli, mazkur omillarning Y ga ta’sirini baholashda har birini alohida modellar orqali tahlil qilish maqsadga muvofiqdir. Bu yondashuv har bir omilning Y ga ta’sirini aniqroq aniqlash imkonini beradi va modelning statistik ishonchliligini oshiradi. Natijada, multikollinearlikni oldini olib, qabul qilinadigan ilmiy xulosalar chiqariladi. Shuning uchun biz tahlilda faqat X2, X3, X5, X6 va X9 omillarni qoldiramiz va tadqiqot maqsadiga erishish uchun quyidagi nazariy modelni taklif etamiz (1):

$$Y = \beta_0 + \beta_2 * X_2 + \beta_3 * X_3 + \beta_5 * X_5 + \beta_6 * X_6 + \beta_9 * X_9 + \epsilon \quad (1)$$

Bu yerda: $\beta_0, \beta_2, \beta_3, \beta_5, \beta_6, \beta_9$ - modelning parametrlarini ifodalovchi koeffitsiyentlar, ϵ - xatolik (error).

Yuqoridagilardan kelib chiqib, biz OLS usuliga asoslangan holda Gretl dasturi yordamida quyidagi natijalar olindi (3-jadval).

Ushbu modelda $R^2 = 0.946$ bo‘lib, bu esa mustaqil omillar Y ning o‘zgarishini 94.6% aniqlik bilan tushuntirishini anglatadi. Adjusted R^2 qiymati esa 0.914 bo‘lib, model mustaqil omillar sonini hisobga olgan holda yuqori aniqlikni tasdiqlaydi. F-statistika qiymati $F(5, 8) = 28.14232$ va uning p-qiymati (0.000017) modelning umumiy statistik ahamiyatli ekanligini ko‘rsatadi. Durbin-Watson statistikasi 1.685 bo‘lib, qoldiqlar orasida avtokorrelyatsiya mavjud emasligini bildiradi (3-jadval). Ushbu ko‘rsatkichlar modelning ishonchliligini va samaradorligini tasdiqlaydi.

X3, X5 va X6 omillari Y ga sezilarli darajada ta’sir qiladi, chunki ularning p-qiymati 0.001 dan kichik. X2 omili 10% darajada statistik jihatdan ahamiyatli bo‘lib, gipotezalarimizni tasdiqlash va Y ni prognoz qilish uchun foydalanish mumkin deb o‘ylaymiz. Biroq, X9 omili

¹ GRETL dasturi yordamida muallif tomonidan hisoblandi

² Chaddock, R. E. (1925). Principles and methods of statistics. Houghton Mifflin. https://archive.org/details/principlesmethod0000chad/page/n5/mode/2up?utm_source=chatgpt.com

3-jadval

O‘zbekistonda ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar sonining o‘zgarishiga ta’sir etuvchi omillarning ekonometrik tahlil natijalari¹

	Coefficient	Std. Error	t-ratio	p-value	
const	-121553	15505.7	-7.839	<0.0001	***
x2	-0.459487	0.217341	-2.114	0.0674	*
x3	4.09901	0.913162	4.489	0.0020	***
x5	312.017	42.2856	7.379	<0.0001	***
x6	-705.184	120.211	-5.866	0.0004	***
x9	0.0405697	0.277267	0.1463	0.8873	
Mean dependent var	44105.93	S.D. dependent var		30013.04	
Sum squared resid	6.30e+08	S.E. of regression		8873.791	
R-squared	0.946205	Adjusted R-squared		0.912582	
F(5, 8)	28.14232	P-value(F)		0.000071	
Log-likelihood	-143.2198	Akaike criterion		298.4397	
Schwarz criterion	302.2740	Hannan-Quinn		298.0847	
rho	0.111547	Durbin-Watson		1.685777	

Note: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

ahamiyatli emas ($p = 0.8873$) va Y ga sezilarli ta’sir ko‘rsatmaydi (3-jadval). Shu sababli, ushbu omilni modeldan chiqarib tashlash tavsiya etiladi. Modelning yuqori aniqlik darajasi va ahamiyatli omillar orqali Y o‘zgarishlarini tahlil qilish samarali ekanligi ko‘rinadi. Shundan kelib chiqqan holda, quyidagi regressiya tenglamasini tuzish mumkin (2):

$$Y = -0.459487 * X_2 + 4.09901 * X_3 + 312.017 * X_5 - 705.184 * X_6 - 121553 \quad (2)$$

Transport xizmatlari eksporti (X3) ning 1 mlrd. So‘mga oshishi O‘zbekistonda ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar soni (Y) ni 4.099 birlikka oshiradi. O‘zbekiston Respublikasida turistik firma va tashkilotlar soni (X5) ning 1 birlikka oshishi esa Y ni 312.017 birlikka oshiradi.

Yuqoridagi tenglamadan (2) foydalangan holda X2, X3, X5 va X6 omillarni Gretl dasturi yordamida prognoz qiymatlarini hisoblaymiz (4-jadval):

4-jadval

Ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar soni va unga ta’sir etuvchi omillar prognoz qiymatlari²

Yillar	O‘zbekiston Respublikas i turistik xizmatlar eksporti mlrd. so‘m	O‘zbekiston Respublikas i transport xizmatlari eksporti. mlrd. so‘m	O‘zbekiston Respublikasida , turistik firma va tashkilotlar, birlik	O‘zbekiston Respublikasi jismoniy shaxslarga xizmatlar, madaniyat va dam olish xizmatlari eksporti, mlrd. so‘m	O‘zbekiston Respublikasida ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar, nafar
	X2	X3	X5	X6	Y
2024	18827,984	22071,448	460,9188	42,95712	73788,69969
2025	19619,9	22907,175	469,77375	45,33075	77939,52695
2026	20411,816	23742,902	478,6287	47,70438	82090,35421
2027	21203,732	24578,629	487,48365	50,07801	86241,18147
2028	21995,648	25414,356	496,3386	52,45164	90392,00873

¹ GRETL dasturi yordamida muallif tomonidan hisoblandi

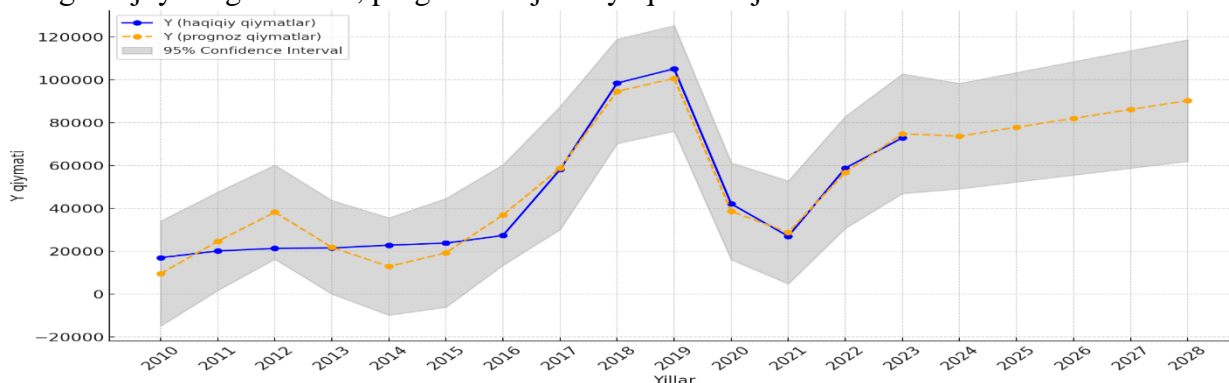
² Muallif ishlanmasi

T turistik xizmatlar eksporti (X3) va turistik firma va tashkilotlar soni (X5) 2028-yilda mos ravishda 25414,36 mlrd. so‘m va 496 birlikka yetishi prognoz qilingan. Shuningdek, transport xizmatlari eksporti (X2) va jismoniy shaxslar xizmatlari eksporti (X6) ham o‘sib, mos ravishda 21995,65 mlrd. so‘m va 52,45 mlrd. so‘mni tashkil etadi.

Xulosa va takliflar.

Xulosa qilib aytganda, prognoz natijalariga ko‘ra, 2024-yilda O‘zbekistonda ziyorat maqsadida joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar soni 73789 nafarga teng bo‘lishi kutilmoqda, bu ko‘rsatkich 2028-yilda 90392 nafargacha oshadi. Bu esa prognoz davrida sayyohlik faoliyatida sezilarli o‘shish kutilayotganligini ko‘rsatadi. Ushbu ma‘lumotlar iqtisodiy tahlil uchun zarur bo‘lib, turizm sektorining barqaror rivojlanishi istiqbolli ekanligini tasdiqlaydi.

Ushbu prognoz natijalarini (4-jadval) Python dasturlash tilining **Matplotlib** kutubxonasi yordami vizuallashtirdik (1-rasm). Biz o‘rgangan omillar Y ning o‘zgarishini 94,62 foizini tushuntirib bera oladi (2-jadval, $R^2 = 0.946$) hamda prognoz natijalarimiz 95 foizlik ishonch oralig‘ida joylashgan bo‘lib, prognoz natijalari yuqori darajada ishonchli deb hisoblash mumkin.



1-rasm. O‘zbekistonda ziyorat maqsadida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida ro‘yxatdan o‘tganlar sonining haqiqiy (2010-2023) va prognoz (2010-2028) qiymatlarining 95% ishonch oralig‘i joylashuvi¹

1-rasmdan ko‘rinib turibdiki, haqiqiy va prognoz qiymatlar 2010-2023 yillar davomida o‘zaro mos kelib, prognozning aniqligini tasdiqlaydi. 2016-2018 yillar orasida keskin o‘shish kuzatilgan bo‘lsa, 2019-2021 yillar oralig‘ida sezilarli pasayish qayd etilgan. 2022-yildan boshlab prognoz qiymatlar barqaror o‘shishni ko‘rsatib, 2028-yilgacha ishonch oralig‘i ichida qolmoqda. Ushbu tahlil turistik va iqtisodiy ko‘rsatkichlar barqaror rivojlanishini taxmin qilishga imkon beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Александрова А. Ю. Международный туризм. Учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2001.– 464 с.; Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. -М.: Финансы и статистика, 2003. –176 с.;
2. Абдурахмонов К.Х. Менеджмент туризма: Учебное пособие. – Т.: Филиал ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» в г. Ташкенте, 2013. -248 с.;
3. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.: Гос. Науч. Изд. "O‘zbekiston milliy ensiklopediyasi", 2006. -386 с.;
4. Pardayev M.Q., Atabayev R. Turistik resurslarni tahlil qilish va baholash. -Samarqand: SamISI, 2006. – 137 b.; Tuxliev I. Turizm asoslari. Samarqand: SamISI. 2015. – 271 b.;
5. B.Sh. Safarov Milliy turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari. //Monografiya. -T.: “Fan va texnologiya” nashriyoti. 2016. –148 b.;
6. Hamidov O.H., Norchayev A.N. Ektorizm. — Darslik. — T.: TDIU, 2011. -138 b.;
7. Eshtayev A.A. Globallashuv sharoitida turizm industriyasini boshqarishning marketing strategiyasi (O‘zbekiston Respublikasi turizm tarmog‘i misolida). DSc. Dissertatsiya avtoreferati – Samarqand. 2019.-246 b.;
8. Pardayev O.M. Menejment. O‘quv qo‘llanma. – T.: Fan va texnologiya, 2019. –248 b.; Aliyeva M.T. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida turizm xizmatlari sohasini boshqarishning iqtisodiy jihatlari: iqt.fan.dok. diss. avtoref. – S.: SamISI, 2019. -77 b.;

¹ Matplotlib Pythonda muallif tomonidan vizuallashtirildi

9. Norchayev A.N. Zamonaviy turizm infratuzilmasining shakllanish va rivojlanish tendensiyalari. DSc. Dissertatsiya avtoreferati-Toshkent. 2021.;
10. Mirzayev A.T. O‘zbekistonda turistik-rekreatsiya faoliyatini boshqarish metodologiyasini takomillashtirish. DSc. diss. avtoref. – Toshkent, 2021. –68 b.;
11. Ibragimov N.S., Turistik hududni barqaror rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari // Buxoro: Durdona nashriyoti 2020. – 204 b.;
12. Xoliqov N.A. “Ziyorat turizmiga oid destinatsiyalarni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (Samarqand viloyati misolida)” PhD dissertatsiyasi, Samarqand-2024, 81-87 b.;
13. Creating a scale for assessing socially sustainable tourism. H Qiu Zhang, DXF Fan, TSM Tse, B King - Journal of Sustainable Tourism, 2017
14. Greg Richards, Julie Wilson-“ Today's youth travellers, tomorrows global nomads: New horizons in independent youth and student travel: A report for the International Student Travel Confederation (ISTC) and the Association of Tourism and Leisure Education (ATLAS)” International Student Travel Confederation, 2003.
15. Chaddock, R. E. (1925). Principles and methods of statistics. Houghton Mifflin.https://archive.org/details/principlesmethod0000chad/page/n5/mode/2up?utm_source=atgpt.com
16. <https://oxfordbusinessgroup.com/reports/saudi-arabia/2023-report/>

<p>Н.Холиков, И.Ниматов Туристический потенциал Республики Узбекистан: анализ и перспективы</p>	<p>N.Kholikov, I.Nimatov Tourism capacity of the Republic of Uzbekistan: analysis and prospects</p>
<p>Аннотация. В данной статье статистически анализируется туристический потенциал Республики Узбекистан. Также изучаются и исследуются факторы, связанные с этой сферой. В то же время авторы прогнозируют будущие значения туристического сектора и факторы, влияющие на него, в целях развития туристического сектора, создания новых туристических продуктов и обеспечения его современными кадрами в нашей республике.</p> <p>Ключевые слова: туризм, паломнический туризм, корреляция, регрессия, корреляционная матрица, факторный анализ, эконометрический анализ.</p>	<p>Abstract. This article statistically analyzes the tourism potential of the Republic of Uzbekistan. Also, factors related to this area are studied and researched. At the same time, authors forecasts the future values of the tourism sector and the factors affecting it in order to develop the tourism sector, to create new tourism products, and to provide it with modern personnel in our republic.</p> <p>Keywords: tourism, pilgrimage tourism, correlation, regression, correlation matrix, factor analysis, econometric analysis.</p>

Азиза Пирмаматовна Махмудова – СамИСИ “Туризм” кафедраси доценти, и.ф.ф.д.
Ситора Отабековна Ҳамраева – СамИСИ магистранти

МАМЛАКАТИМИЗДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА BIG DATA ТЕХНОЛОГИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ

Аннотация. Ушбу мақолада мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантиришда инновацион технологиялардан, хусусан, бугунги кунда ушбу соҳада тизимли маълумотлар билан ишлаш учун энг қулай бўлган Big Data технологияларидан фойдаланиш йўллари ва истиқболлари келтирилган.

Калит сўзлар: глобал интернет тармоғи, дастурий-аппарат тизимлари, Big Data технологияси, шахсийлаштирилган туристик маҳсулотлар, потенциал туристик истеъмолчилар, жозибали туристик маҳсулотлар, малакали кадрлар, сайёҳат мақсадлари.

Кириш. Бугунги кунда туризм соҳаси жадал ривожланаётган соҳалардан бири бўлиб, ушбу соҳа мамлакатимиз ҳудудлари иқтисодий юксалишининг катализаторига айланиб бормоқда. Бу борада ҳукуватимиз томонидан ҳам ушбу соҳанининг ривожини учун етарлича эътибор қаратилмоқда. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг 2023 йил 26-апрелдаги “Республиканинг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш ҳамда маҳаллий ва хорижий туристлар сонини янада оширишга доир кўшимча чора-

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

14.03.2025 йилда теришга берилди. 25.03.2025 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табағи 14,6. Ҳисоб-нашриёт
табағи 13,87. Адади 100 нусха. Буюртма № 0012А/25

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг
матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2025.