

Кириш

Прогнозлаш ижтимоий муносабатларни тартибга солишнинг табиий, объектив жараёнидир. Режали иқтисодий прогнозлашнинг стратегик йўналишлари, албатта, давлат даражасида шаклланади. Бу илмий-техник ва ижтимоий дастурлар, мамлакат бюджети, муҳофаага, давлат аппаратини сақлаб туришга кетадиган харажатлардир. Бозор шароити рақобат кураши билан характерлиниши боис, бундай шароитларда ҳар қандай тижорат ташкилотларининг самарали фаолият кўрсатиши истикболни белгилаш ва фаолиятни прогнозлашга асосланиши зарур.

Туризм ривожланишини прогнозлаш - туристик ресурсларнинг мақсади, уларни сақлаш ва мувофиқлашган ҳолда ўзаро ҳамкорлик қилишини, туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш ва замонавийлаштириш, ўтказиш ва сотиш, фойда олиш бўйича ишларни бажаришнинг ҳажми, усуллари, кетма-кетлиги ва муддатини назарда тутадиган чора-тадбирлар тизимини амалга оширишдир.

Прогнозлашнинг объектив асоси туристик корхона режасининг барча тадбирлари амалга оширилишини доимий назорат қилишни таъминлашдир.

Туризмни прогнозлаш - иқтисодий фан бўлиб, бу турдаги бир қатор фанлар, яъни таҳлил қилиш ва истикболни белгилаш, инвестициялаш ва молиявий таъминлаш, менежмент ва маркетинг, нархларни ташкил қилиш, солиққа тортиш, бухгалтерия ҳисоби ва ш.к.лар билан ўзаро боғланган. Бу фаннинг асосий вазифалари - туризмни прогнозлаш, туристик сиёсат йўналишлари ва истикболдаги лойиҳаларини шакллантириш бўйича тажрибаларнинг жаҳондаги ва мамлакатимиздаги назарий қонуниятлари ва таъминотларини ўрганишдан иборат.

**1-мавзу. "Туризм ривожланишини прогнозлаш" фанининг мазмуни,
мақсади ва вазифалари (2 соат)**

Режа:

- 1.1. Туризм ривожланишини прогнозлаш фанининг мақсади ва вазифалари**
- 1.2. Фаннинг предмети ва моҳияти. Прогноз қилишнинг умумий тушунчаси ва мазмуни**
- 1.3 Туризм соҳасида прогнозлашнинг назарий, услубий асослари ва тамойиллари**
- 1.4. Ўзбекистонда иқтисодий ва модернизация қилиш шароитларида туризмни прогнозлашнинг ўзига хос хусусиятлари**

**1.1.Туризм ривожланишини прогнозлаш фанининг мақсади ва
вазифалари**

"Туризм ривожланишини прогнозлаш" курсининг предмети назорат қилинадиган режали асосда туризмни мақсадга йўналтирилган ҳолда ташкил қилиш қонуниятлари, тамойиллари ва услубларидир. Фанни ўрганиш кўйидаги мақсадларни белгилаб беради:

- прогнозлашнинг роли ва ўрнини англаш, туризмни прогнозлаш бўйича назарий таълимотлар ва мавжуд дунё тажрибалари билан танишиш;

- туризмнинг барча турлари ва шакллари прогнозлашни прогнозлаш ва унга тамойилиал ёндашишларни, давлатнинг бу соҳадаги сиёсати йўналишларини тушуниш;

- узоқ муддатли, стратегик, барқарор ва тезкор прогнозлаш усуллари ўзлаштириб олиш, туризмни прогнозлаш ва замонавийлаштириш режалари ва дастурларини шакллантириш, уларни ҳар томонлама асослаб бериш ва бажарилишини назорат қилиш услубиёти билан танишиш;

- туризмнинг миллий, минтақавий, маҳаллий иқтисодийга қўшган ҳиссасисини, шунингдек, унинг ижтимоий-маданий ва экологик таъсирини иқтисодий баҳолаш ва таҳлил қилиш кўникмаларини эгаллаш.

Туризм ривожланишини прогнозлаш масалаларига ўтишдан олдин, туристик бизнесни белгилайдиган асосий терминларни кўриб чиқсак мақсадга мувофиқ бўларди. Бундай терминлар жумласига "туризм", "туристик ресурслар", "туристик маҳсулот", "туристик хизматлар" ва ш.к.лар киради.

Илмий адабиётларда "туризм" тушунчасининг шаклланишига нисбатан турли хил ёндашувлар мавжуд. 1993 йилда БМТнинг Статистика қўмитаси туризмнинг қуйидаги таърифини қабул қилди: "Туризм - сайёҳлик қилаётган ва дам олиш, ишбилармонлик ва бошқа мақсадларда ўзининг одатдаги муҳитидан ташқарида, кетма-кет бир йилдан ортиқ бўлмаган давр мобайнида жойлашган шахсларнинг фаолиятидир".

Туристик саёҳатнинг мақсадини таъминлар экан, меҳмондўстлик саноати кўплаб турдаги заҳираларни ўзлаштиради ва уларни истеъмол учун тайёрлайди.

Туристлар учун истеъмол объекти саёҳатдан иборат. У мазкур давр мобайнида эҳтиёжларни қондириши мумкин бўлган маҳсулотлар ва хизматларнинг фойдалилиги билан белгиланади. Айнан шу фойдалилик саёҳат қилувчиларнинг ўзига хос эҳтиёжларидан иборат. Булар қуйидагилардир: одатдагидан фарқ қилувчи шароитларда тунаш; туристик фаровонликларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш амалга ошириладиган жўғрофий муҳит; фойдаланиладиган меҳнат воситалари (меҳмонхона ва тарихий-маданий марказлар, транспорт ва ш.к.).

Туристларнинг саёҳат ва доимий яшаш жойидан ташқарида бўлишлари вақтида уларга маҳсулотлар ва хизматларни харид қилишда турли қулайликларни таъминловчи барча фаолиятларнинг йиғиндиси туристик хизмат деб аталади.

Туристик хизмат бир вақтнинг ўзида комплекс ва махсус хусусиятга эга: биринчиси - саёҳатдаги туристнинг хилма-хил эҳтиёжларини қондиришни назарда тутди; иккинчиси эса - ўтроқ яшаш пайтидаги хизмат кўрсатишдан умуман фарқ қиладиган ташкиллаштириш ва тузилишни назарда тутди.

Таклиф этиладиган туристик хизматлар, қоида тариқасида, ҳудудлар бўйлаб тақсимланган. Улардан баъзилари (ахборот берувчи, воситачилик ва ш.к.) ни туристлар яшаш жойларида оладилар, бошқалари (транспорт, ахборот ва бошқ.) ни - саёҳат пайтида, учинчилари (овқатланиш, тунаш, кўнгил очиш, даволаниш ва ш.к.) ларни белгиланган туристик жойда оладилар. Олди-сотди ва хизматлар тақдим этиш актларининг вақт ва жой бўйича мос келмаслиги маълум ташкилий қийинчиликлар туғдирадилар.

Туризмнинг моддий-техника базасини яратиш ва қўллаб-қувватлаш хизматлар ва маҳсулотлар ишлаб чиқаришни келтириб чиқаради. Улар қуйидаги гуруҳлар бўйича таснифланади:

- туристларни жойлаштириш (меҳмонхоналар, мотеллар, кемпинглар, пансионатлар, туристик базалар, хусусий сектор хонадонлари, палаткалар, кемалар, поездлар, яхталар ва ш.к.);

- озиқ-овқат билан таъминлаш (ресторанлар, кафелар, ошхоналар ва ҳ.к.);

- бориладиган мамлакат бўйлаб ҳаракатланиш, бошқа мамлакатларнинг ҳудуди бўйлаб транзит ўтиш;

- реклама ва маҳсулотини ўтказиш (фирмаларнинг маршрутларни ишлаб чиқиш, транспортда, жойлашиш воситаларида ўрин бронлаштириб қўйиш бўйича хизматлари);

- экскурсиялар ўтказиш (таржимонлар, экскурсоводларнинг хизматлари);

- туристларнинг ишбилармонлик ва илмий қизиқишларини қондириш (конгресслар, ассамблеялар, илмий конференциялар, симпозиумлар, ярмаркалар, кўргазмалар, ҳам умумий, ҳам махсус мақсадларда ўтказиладиган савдо-сотик тадбирларида иштирок этиш);

- маданий эҳтиёжларни қондириш (театрлар, кинотеатрлар, музейлар, кўргазмалар, расмлар галереялари, парклар, табиий ва тарихий қўриқхоналар, спорт мусобақалари, тарих ва маданият ёдгорликларини бориб кўриш ва ҳ.к.);

- маъмурий-ҳуқуқий талаблар ва расмийликларни назорат қилиш (чегара, божхона, карантин, валюта, полиция хизматлари), шунингдек ҳужжатларни расмийлаштириш (визалар, паспортларни ва ш.к.);

- туристлар учун турли хил ахборотларни бериш (ер шари у ёки бу минтақасининг туристик ресурслари, у ердаги жойлашиш воситалари, божхона ва чегара расмийликлари, бориладиган мамлакат валютасининг курси, маршрутлар ва ш.к.);

- ахборот воситалари (газеталар, журналлар, китоб нашрлари);

- табиатни, тарихий ва маданий меросни қўриқлаш хизматлари;

- умумий ва махсус савдо хизматлари (эсталиклар, совғалар, открыткалар ва ш.к.ларни сотиш);

- суғурта ва тиббий хизмат кўрсатиш;

- давлат ва жамоат туристик органлари, хорижий юридик шахслар ва фирмаларнинг хизматлари.

Хизматларнинг бу барча гуруҳлари туристик фаолият йўналишларини белгилашда, айниқса, прогнозлаш таъминловининг асосий дастлабки шарт-шароитларини таҳлил қилишда ҳисобга олиниши керак. Бу асосий дастлабки шарт-шароитлар қуйидагилардан иборат:

- ўз-ўзини намоён қилаётган инсонга (иқтисодий ёки ижтимоий субъект сифатидаги инсондан фарқли равишда) таваккал қилинади;

- фирма биргаликдаги қадриятлар билан бирлашадиган моделлардан ташкил топган организм сифатида қаралади.

Мутахассислар, ҳақли равишда ягона, идеал бошқарув модели йўқ деб ҳисоблашади, чунки ҳар бир фирма ўзига хос, у ўзининг моделини излаши керак. Бу хулоса туристик бизнесни прогнозлаш масалаларига ҳам тааллуқлидир.

Кейинги йилларда давлат тузилмаларининг туризмга нисбатан муносабати кескин ўзгармоқда. Улар туризмда миллий иқтисодиётнинг инқироздан чиқиши, бозор ҳудудини шакллантириш, давлат бюджетига катта маблағлар тушишининг амалий усулини, бўш вақтдан оқилона фойдаланиш,

дам олиш вақтини мазмунли ўтказиш шаклини, туризмни мамлакатнинг тарихий-маданий қадриятларига жалб қилиш усулини кўрмоқдалар. Хорижий мутахассислар Ўзбекистон Республикасининг нодир табиий ресурслари ва тарихий-маданий мероси туфайли туристик жихатдан истиқболи порлоқ малакатлар жумласига киритадилар.

1.2. Фаннинг предмети ва моҳияти. Прогноз қилишнинг умумий тушунчаси ва мазмуни

Барча даражаларда (миллий, минтақавий, маҳаллий) туризм ривожланишини муваффақиятли прогнозлаши ва бу жараёни бошқаришни таъминлашнинг зарур шarti ҳисобланади. Дунёдаги кўплаб туристик минтақалар ва фирмалар тажрибаси шуни кўрсатадики, режали ёндашув кўпинча туристик бозорларда талабни қондиришда катта муаммо туғдирмай, кафолатли даромад олишга олиб келади.

Ўзбекистон ва МДХнинг бошқа мамлакатлари бозор иқтисодиётига ўтаётганда прогнозлаш ярим унутилган ҳолда қолиб кетди. Кўпинча тадбиркорлар, айниқса, иш фаолиятини янгидан бошлаган тадбиркорлар прогнозлашнинг ролига етарлича баҳо бера олмадилар. Бунда улар ўз интуицияси ва тажрибасига, ишбилармон доиралардаги норасмий алоқаларига, қулай бўлиб туюлган бозор истиқболларига ва бошқа ҳолатларга умид қилдилар. Шу билан бирга, уларнинг кўпчилиги ҳақиқатан ҳам тушкунликка тушиб қолдилар, чунки бозордаги ҳақиқий ҳолат илгари тасаввур қилинганига қараганда бошқача бўлиб чиқди.

Хорижий фирмалар ва мамлакатимиздаги корхоналарнинг тажрибаси шуни кўрсатадики, бозор шароитларида тадбиркорлик фаолиятини прогнозлашга етарлича баҳо бермаслик, уни менсимаслик, инкор қилиш ёки билар-билмас амалга ошириш кўпинча катта, ҳеч нарса билан оқлаб бўлмайдиган иқтисодий йўқотишларга, ва пировардида банкротликка олиб келади.

Бозор иқтисодиёти шароитларида рақобат курашида прогнозлашнинг устунликларидан фойдалана билиш жуда муҳим. Тадбиркорлик фаолияти

билан шуғулланиш ва фойда олишни хоҳлайдиган ҳар бир субъект яхши ўйланган ва ҳар томонлама асосланган режа - бизнесни олиб бориш стратегияси ва тактикасини, мақсадни, ишлаб чиқариш техникаси, технологияси, уни ташкил қилиш ва маҳсулот сотишни танлашни белгилаб берадиган ҳужжатга эга бўлиши керак. Синчиклаб ишлаб чиқилган режа тадбиркорликни фаол прогнозлашга, инвесторлар, шериклар ва кредит ресурсларини жалб қилишга имкон беради. Шунингдек у қуйидагиларга имконият туғдиради:

- рақобат устунликларидан максимал фойдаланиш. Эҳтимол тутилган хатоларни бартараф қилиш;
- янги тенденцияларни кузатиб бориш ва улардан ўз фаолиятида фойдаланиш;
- салбий омилларнинг туристик корхона фаолият кўрсатишига таъсирини камайтириш;
- эҳтимол тутилган таваккалларга қарши ўз вақтида чоралар кўриш;
- ишлаб чиқариш ва тижорат фаолиятининг натижаларини баҳолаш.

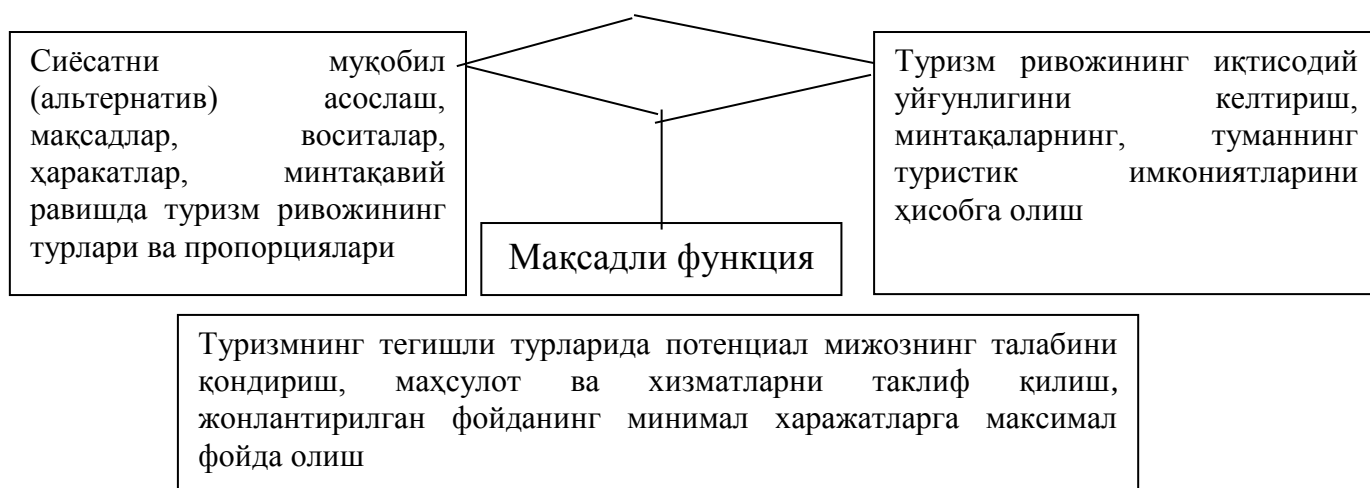
Ҳамма давлатларда мажбурий прогнозлаш соҳалари мавжуд бўлиб, улар қуйидагиларни шакллантиради: иқтисодий прогнозлашнинг стратегик йўналишлари, йирик ижтимоий ва илмий-техник дастурлар, мамлакат бюджети, мудофаага қилинадиган сарф-харажатлар ва ш.к.

Хўш, режа ва прогнозлаш нима ўзи? Маълумот берувчи илмий адабиётларда қуйидагича таъриф келтирилган. Режа - олдида қўйилган ғоялар, мақсадлар ва вазифаларга эришишга қаратилган чоралар ва ҳаракатлар тизими. У фаолият ва уни прогнозлашни башорат қилиш натижаларини бошқариш учун қўлланилади.

Чора-тадбирлар амалга ошириб борилиши ва ҳолатнинг ўзгариши билан режа тегишли кўрсаткичларга тузатиш киритилган ҳолда ўзгартириб борилади. Режа фақат катта ва ўрта корхонлар ва фирмаларгагина эмас, балки кичик корхоналарга ҳам зарур.

Прогнозлаш - режани ишлаб чиқиш ва кейин унинг тадбирлари амалга оширилиши жараёнини назорат қилишдир. Кутилаётган шароитларда муқобил вариантларни қиёсий таққослаш орқали мақсадлар, воситалар ва ҳаракатлар ҳақида қарор қабул қилишга системали тайёргарлик бизнесни, жумладан туристик бизнесни прогнозлашнинг моҳиятини ташкил қилади (1-чизма).

Туризм ривожланишини прогнозлаш мажбурийдир. Прогнозлаш туризмни прогнозлашнинг барча босқичларида – халқаро, миллий, минтақавий, маҳаллий, шунингдек фирмалар даражасида амалга оширилиши керак. Бу соҳани прогнозлаш назорат қилинадиган, комплекс ва барқарор асосда бўлиши керак.



1.чизма. Бизнесни прогнозлаш жараёни.

Туризм тартибсиз ривожланаётган жойлар кўпинча ҳам маҳаллий аҳолининг ҳаётига, ҳам туристларнинг дам олишига зарар етказаётган экологик ва ижтимоий муаммолардан зиён кўрмоқда. Бу маркетингни қийинлаштиради ва иқтисодий даромадларнинг пасайиб кетишига олиб келади. Назорат қилинмайдиган туризм туманлари режали асосда ривожланаётган туристик марказлар билан самарали рақобат қилишга қодир эмас. Бундай туманларни режали ёндашув асосида қайта ташкил қилиш мумкин, бироқ бу катта маблағлар ва кўп вақт сарфлашни талаб қилади.

Кўп мамлакатларда туристик бизнес ҳалигача фаолиятнинг нисбатан янги тури ҳисобланади. Бу ерларда прогнозлаш бу соҳанинг оёққа туриши

учун муҳим шарт-шароит бўлиши мумкин. Ривожланан туристик саноатга эга мамлакатларда прогнозлаш иқтисодиётнинг ушбу секторини кенгайтириш ва унинг келажакдаги ҳаётий қобилятини таъминлаш учун зарур.

Прогнозлаш аввалам-бор миллий ва минтақавий босқичларда амалга оширилиши керак. Бу босқичларда биринчи навбатда туризмни прогнозлаш сиёсати, структуравий режа, объектларнинг стандартлари, тармоқни прогнозлаш учун зарур бўлган институцион ва бошқа таркибий қисмлар белгилаб олинади. Кейин шу асосда туризмнинг алоҳида турлари ва шакллари янада батафсилроқ режалари ишлаб чиқилади.

Тармоқни миллий, минтақавий ва маҳаллий даражаларда прогнозлаш аниқ вазифаларни ҳал қилишга имкон беради. Бу вазифалар қаторига қуйидагилар киради:

- туризмни прогнозлаш сиёсатининг умумий йўналишларини аниқлаб олиш;
- туризмнинг табиий ва маданий заҳиралари доимо қўллаб-қувватланиши ва сақланишини таъминлаган ҳолда туризмни прогнозлаш;
- туризмни прогнозлаш йўналишларини умумий сиёсат ва мамлакат ёки минтақани прогнозлаш режаларига киритиш, иқтисодиётнинг ушбу ва бошқа соҳалари ўртасида мустаҳкам алоқа ўрнатиш;
- давлат ва хусусий сектор томонидан туризмни прогнозлаш бўйича қарорлар қабул қилиш учун рационал асосларни таъминлаш;
- тармоқдаги кўплаб таркибий қисмларнинг барчасини мувофиқлаштирилган ҳолда прогнозлаш учун шарт-шароитлар яратиш;
- туризмдан олинadиган иқтисодий, экологик ва ижтимоий даромадларни ижтимоий фойда ўртасида адолатли тақсимлаш ва туризм билан боғлиқ салбий таъсирларни энг кам даражага етказиш билан параллель ҳолда оптималлаштириш ва мувозанатга келтириш;

- туристларни жойлаштиришни белгилаб берувчи ва унга раҳбарлик қилувчи тузилмаларни яратиш;
- аниқ туманларда туризмни прогнозлашнинг батафсил режаларини тайёрлаш бўйича кўрсатмалар (директива) ва стандартлар ишлаб чиқиш (улар ўзаро келишилади ва бир-бирини тўлдиради);
- зарур ташкилий ва институцион тузилмаларни яратиш йўли билан тармоқни прогнозлаш сиёсати ва режасини самарали уйғунлаштириш;
- туризм соҳасидаги давлат ва хусусий секторнинг фаолиятини ҳамда инвестициялашни мувофиқлаштириш;
- тармоқни прогнозлашнинг бориши ва йўналишини доимий назорат қилиш учун мўлжаллар (ориентир)ни таъминлаш.

Миллий, минтақавий ва маҳаллий босқичларда туризмни прогнозлашга режали ёндашув ғояси кенг тарқалиб бўлган, лекин уни амалиётга жорий қилиш ҳалигача турли омиллар, кўпинча иқтисодий сабаблар билан оқсамокда. Баъзи туманларда амал қилаётган режалар эскирган ва ҳозирги бозор шароитларини ва келгусида башорат қилинаётган тенденцияларни ҳисобга олган ҳолда қайтадан кўриб чиқишга муҳтож.

Ҳозирги вақтга келиб шу нарса аён бўлдики, туризм риволанишининг турли босқичларида уни прогнозлаш ва режаларни белгиланган муддатларда амалга ошириш мамлакат ва тегишли минтақалар учун сезиларли фойда келтиришга хизмат қилади.

1.3. Туризм соҳасида прогнозлашнинг назарий, услубий асослари ва тамойиллари

Туризм ривожланишини прогнозлашнинг муҳим назарий тамойилларига қуйидагилар киради:

- туризмни комплекс тизим сифатида прогнозлаш;
- унинг барқарор ривожланишини прогнозлаш;
- истиқболга мўлжалланган ва стратегик прогнозлаш;

- туризм ривожланишини прогнозлашда маҳаллий ҳокимият органлари ва жамоатчиликнинг иштироки.

Прогнозлаш методологиясининг асосини ижтимоий маҳсулотни қайта ишлашнинг ҳам умумий, ҳам ўзига хос иқтисодий қонунлари ташкил қилади. Қонунларнинг талаблари тегишли ҳолатлар ва қоидаларга риоя қилиш заруриятини келтириб чиқаради.

Туризм соҳасида прогнозлаш иқтисодий-математик, статистик, башорат, эҳтимолий-таҳлилий ва бошқа методологик тамойилларга асосланади.

Туризм ривожланишини прогнозлашнинг назарий тамойилларини батафсилроқ кўриб чиқамиз.

Туризмни комплекс тизим сифатида прогнозлаш. Комплекс прогнозлаш назарий томондан талаб ва таклиф омилларининг ўзаро боғлиқ тизими сифатида олиб қаралади.

Талаб омилларининг тизимини туристик маҳсулотнинг халқаро ва ички бозорлари, туристик туманларнинг туристик диққатга сазовор жойлар, объектлар ва хизматлардан фойдаланадиган маҳаллий аҳоли белгилаб беради.

Таклиф омилларининг тизими ўз ичига қуйидагиларни олади:

- диққатга сазовор жойлар ва улардан фойдаланиш ҳамда хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган фаолият турлари;
- туристлар тунаш учун тўхтайдиган жойлашиш воситалари;
- бошқа туристик объектлар ва хизматлар (овқатланиш корхоналари, магазинлар, тиббий пунктлар, саёҳатлар ва экскурсияларни ташкил қилиш, банк хизматлари, валюта алмаштириш);
- транспорт (туристларга тақдим этиладиган барча транспорт турлари);
- инфраструктура (сув ва электр таъминоти, канализация, чиқитларни йўқотиш, телекоммуникация, шунингдек, атроф муҳитни ҳимоя қилиш, унинг юқори сифатини таъминлаш);
- институцион таркибий қисмлар (туризмга таллуқли давлат, тижорат ва хусусий тузилмалар, қонун ва меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар, барча

босқичлардаги касбий тайёргарлик ва қайта тайёрлаш, реклама-ахборот фаолияти, визаларни расмийлаштириш, туристлар кирадиган ва чиқадаган пунктларда божхона расмиятчиликларини енгиллаштириш ва б.).

Туризмни комплекс прогнозлаш талаб ва таклифни ташкил қилувчи барча таркибий қисмларнинг мувофиқлашган ҳолда фаолият кўрсатишини ҳисобга олиши зарур.

Туризмни мамлакат ёки тегишли минтақани прогнозлашнинг умумий сиёсати, режаси ва моделига уйғунлаштириб юбориш жуда муҳим аҳамият касб этади. Бундай қўшилиш прогнозлашнинг турли йўналишлари учун маълум ресурслардан фойдаланиш билан боғлиқ ҳар қандай зиддиятларни (масалан, ҳам маҳаллий аҳоли, ҳам туристларнинг эҳтиёжини қондириш учун қиммат инфраструктура тақдим этиш) ҳал қилишга имкон беради.

Комплекс прогнозлаш ўзгараётган барча шароитларга мослашишга имкон беради. У башорат қилинаётган шароитларни ҳисобга олган ҳолда прогнозлашнинг аниқ моделини назарда тутати.

Комплекс режадаги тадбирларни амалга оширишда бажариш мумкин бўлган ижодий ва инновацион хусусиятга эга тавсиялар, усулларни ишлаб чиқиш муҳим босқич ҳисобланади.

Туризмнинг барқарор ривожланишини прогнозлаш. Барқарор прогнозлаш - ҳозирги вақтда туризм ривожланишини прогнозлашда қўлланилаётган асос бўлувчи тамойилдир. У XX аср 80 йилларининг бошида халқаро майдонда анча оммавий бўла борди. 1999 йилда БМТ Бош Ассамблеяси томонидан қуйидаги аниқ таъриф қабул қилинди:

"Барқарор туризм - ўз фаолияти билан атроф муҳитга шикаст етказмайдиган, иқтисодий ҳаётини қобилиятга эга, шунингдек маҳаллий аҳолининг шаклланган маданий анъаналарига ва ижтимоий асосларига салбий таъсир кўрсатмайдиган туризмдир".

Барқарор прогнозлаш тамойили асосида туризм ривожланишини прогнозлаш айниқса бевосита табиий муҳит, тарихий мерос, маданий

ёдгорликлар билан боғлиқ фаолият турларида муҳим аҳамият касб этади. Агар бу ресурслар бузилса ёки уларнинг ҳолати ёмонлашса, у ҳолда туристик минтакалар аввалам-бор юқори сифатли экологик даражага эга марказларга интиладиган дам олувчилар учун жозибадорлигини йўқотади.

Мана шунинг учун ҳам туризмни барқарор прогнозлашни таъминлаш тамойилида қурилиш жараёнида туризм объектларини жойлаштиришнинг энг мақсадга мувофиқ типи ва турини танлаб олишда атроф муҳитнинг барча элементларини синчиклаб кузатиш, таҳлил қилиш ва ҳисобга олишни назарда тутадиган экологик прогнозлаш бирламчи услуб ҳисобланади. Бундай ёндашувда, масалан, сув босадиган текисликлар, тик тоғ ёнбағирларида ва ш.к. интенсив қурилиш истисно қилинади.

Барқарорлик тамойили асосида туризмни прогнозлаш кўп жиҳатдан атроф муҳитни муҳофаза қилиш, туристик ресурсларни сақлаб қолишга йўналтирилган фаолиятни асосли равишда маблағ билан таъминлашга хизмат қилади.

Бундай ёндашувга асосланган туризм ривожланишини прогнозлаш тамойили туризмни прогнозлашнинг муҳим йўналиши ҳисобланади. Чунки маҳаллий аҳоли қиёфасида даромадлар тарзидаги (жумладан хорижий валютада ҳам) фойда олади, янги иш жойлари яратилади, маҳаллий ҳокимият органлари туризмни прогнозлаш, атроф муҳитни сақлаш, экологияни яхшилашга ёрдам беради.

Туризмни барқарор прогнозлаш тамойилининг муҳим омили - маркетинг нуқтаи назаридан унинг муваффақиятини, маҳаллий аҳолига ва атроф-муҳитга фойдасини таъминловчи сифатидир. Шу билан бирга сифатли туризм албатта қиммат бўлиши керак деган тасаввур туғилмаслиги лозим. У "наrx ва сифатнинг яхши мутаносиблиги"ни таъминлайдиган диққатга сазовор жойлар, объектлар ва хизматларни қамраб олади, туристик ресурсларни муҳофаза қилади ва маҳаллий атроф муҳит ва аҳолига ҳурматини намоён қиладиган меҳмонларни жалб этади.

Туризмни истикболли ва стратегик прогнозлаш. Истикболли ва стратегик прогнозлаш доирасида мақсад ва вазифалар белгилаб олинади, прогнозлашнинг мақбулроқ моделлари ва бошқа тадбирлар шакллантирилади.

Туризмни прогнозлашнинг истикболли ва стратегик режалари нисбатан узоқ вақтга (10-15, баъзан эса 20 йилга) мўлжаллаб ишлаб чиқилади. Бу мамлакат ёки минтақадаги ҳолат эволюциясининг башоратидан келиб чиқиб амалга оширилади. Масалан, миллий паркларда ва туманларда йирик курортлар ёки туристик марказларни яратиш бўйича аниқ лойиҳаларни амалга ошириш узоқ вақт талаб қилади.

Истикболли ва стратегик прогнозлаш натижалари жуда ўхшаш, лекин кейингисининг натижалари башорат қилинаётган келажақда тез ўзгарувчан ва олдиндан кўриб бўлмайдиган вазиятлар туфайли юзага келадиган ташкилий масалаларни ечишга кўпроқ мўлжалланган.

Стратегик прогнозлаш фақат туризмни прогнозлашнинг узоқ муддатли комплекс дастури доирасида истикболли прогнозлаш билан ўзаро боғлиқликдагина анча фойдалидир. Агар стратегик прогнозлашни ажратилган ҳолда қўлласак, у камроқ комплекс хусусиятга эга бўлади ва прогнозлашнинг барқарорлиги каби узоқ муддатли дастурларни ҳал қилишдан узилиб қолиши мумкин.

Туризм ривожланишини прогнозлашда маҳаллий ҳокимият идоралари ва жамоатчиликнинг иштироки. Туризм ривожланишини прогнозлашга тегишли туманларда маҳаллий аҳолининг намоёндаси бўлган маҳаллий ҳокимият органлари ва жамоатчилик ташкилотлари жалб қилиниши керак. Агар бу вакиллар туризм келтирадиган фойдаларни англаб етсалар, улар фаолиятнинг ушбу турини ҳар томонлама қўллаб-қувватлайдилар.

Маҳаллий ҳокимият органлари ва жамоатчилик вакилларининг туризмни прогнозлаш режаларини ишлаб чиқиш ва мувофиқлаштиришдаги иштироки махсус комиссиялар тузиш йили билан амалга оширилади. Улар режаларнинг лойиҳаларини ўрганиб чиқадилад, манфаатдор давлат органлари ва

идоралари, хусусий сектор вакиллари, жамоатчилик, диний ва бошқа ташкилотлар вакиллари иштирокида туристик фаолиятни амалга ошириш сиёсати ва йўналишлари бўйича режалар ишлаб чиқарувчиларга тавсиялар берадилар.

Туризмни прогнозлашда режаларни кўриб чиқишнинг усулларида бири жамоатчилик тингловларини эшитишдир. Бу аҳолига режалаштирилаётган чоралар ҳақида билиш ва ўз фикрини билдиришга имкон беради. Шунингдек, махсус семинарлар ўтказиш орқали турли босқичларда режалар лойиҳалари билан танишиш ҳам мақсадга мувофиқдир. Бу семинарлар иштирокчилари туризмни прогнозлаш ва унинг мамлакат, минтақа, туман иқтисодиётига таъсири тўғрисида ахборот оладилар. Бунда оммавий ахборот воситалари кенг жалб қилинади.

Йирик лойиҳалар одатда туризм бўйича марказий ва минтақавий идоралар томонидан маҳаллий ҳокимият органлари ва туман жамоатчилигини жалб қилган ҳолда ишлаб чиқилади. Бунда кўриб чиқилаётган масала бўйича ягона фикрга келиш жуда муҳимдир. Бунга эса прогнозлашнинг "тепадан пастга" ва "қуйидан юқорига" услубларини уйғунлаштиргандагина эришилади.

Юқорида айтилганларидан келиб чиқиб хулоса қилиш мумкинки, бозор иқтисодиёти шароитларида туризмни ривожланишини прогнозлаш мажбурийдир. У туризмнинг турли даражалардаги прогнозлаш хусусиятлари, фаолияти ва иқтисодий самарадорлиги, унинг мамлакат туризм хўжалиги иқтисодига қўшган ҳиссасини ҳисобга олган ҳолда ноишлаб чиқариш соҳасида прогнозлашнинг назарий тамойиллари, методологик асослари ва тамойилларига таяниши керак.

1.4. Ўзбекистонда иқтисодийни модернизация қилиш шароитларида туризмни прогнозлашининг ўзига хос хусусиятлари

Ўзбекистон Республикасининг туризми соҳаси жаҳон туристик жараёнининг ажралмас таркибий қисми бўлиб, БТТ экспертларининг башорати унга тўла тааллуқлидир.

Таҳлил шуни кўрсатмоқдаки, кейинги йиллардаги барча сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий беқарорликларга қарамай, мамлакатнинг туризм саноати давлат дотацияларисиз маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқариш ҳажмини ошириб бораётган туризм хўжалиги тармоқларидан биридир. Ўзбекистон замонавий туризм саноатини прогнозлаш учун барча зарур нарсаларга эга. Буюк Ипак Йўли устида жойлашган Ватанимиз қулай табиий-иқлим шароитларига, бой тарихий, маданий меросга ва айни пайтда ҳам ички, ҳам халқаро туризмни прогнозлаш учун юқори салоҳиятга эга.

Юқорида кўрсатилган омилларга муҳим аҳамият бериларкан, Ўзбекистон Республикасида туризмни прогнозлаш борасида бир қатор чора тадбирлар амалга оширилмоқда.

Бозор муносабатлари шаклланаётган ҳозирги босқичда ташқи ва ички муҳитнинг тез ўзгариб туриши муносабати билан Ўзбекистон туризм бозорини прогнозлашда ҳам бир қатор муаммолар мавжудлигини очиқ тан олиш зарур. Хусусан, иқтисодийтимиздаги баъзи қийинчиликлар мавжудлиги, иқтисодийнинг умумий аҳволи жуда ҳам қониқарли давражада эмаслиги, бунинг натижасида аҳоли тўлов қобилиятининг ва туристик хизматларга талаб даражасининг пастлиги, тармоқ моддий базасининг юқори даражада эмаслиги, хорижий туризмнинг кучли ривожланмаганлиги кабилар бозорга салбий таъсир ўтказмоқда. Ўз навбатида, бундай ҳолат туризм тармоғига валюта маблағлари мамлакатимиз ва хорижий инвесторлар томонидан қўйиладиган инвестицияларнинг ҳажми кам бўлишига олиб келади. Бутун дунёда туризм анча катта фойда келтиради ва бутун

иқтисодиётнинг прогнозлашига кўмаклашади. Бу эса ҳозирги кунда Ўзбекистон учун ҳам муҳим омилдир.

Туризм бозори доимий прогнозлаш ва назорат қилиш асосида бошқаришга муҳтож бўлиб, бунда илмий ва оқилона прогнозлаш тамойилларидан фойдаланиш зарур. Шундагина туризм давлатга катта иқтисодий фойда келтириши, шунингдек, экологик шарт-шароит ва жамиятдаги ижтимоий-маданий жараёнларга яхши таъсир кўрсатиши мумкин. Ўзбекистон Республикасининг "Туризм ҳақида"ги қонуни туризмни прогнозлаш бўйича миллий, минтақавий, маҳаллий дастурлар ишлаб чиқиш, ушбу юқори рентабелли иқтисодиёт тармоғининг оёққа туриши учун меъёрий-ҳуқуқий база яратиш асосида туризм соҳасида давлат сиёсатини амалга оширишни назарда тутди.

Сўнгги йилларда давлат тузилмаларининг туризмга нисбатан муносабати кескин ўзгармоқда. Улар туризмда миллий иқтисодиётнинг инқироздан чиқиши, бозорни шакллантириш, давлат бюджетига катта маблағлар тушишининг амалий усулини, бўш вақтдан оқилона фойдаланиш, дам олиш вақтини мазмунли ўтказиш шаклини, туризмни мамлакатнинг тарихий-маданий қадриятларига жалб қилиш усулини кўрмоқдалар. Хорижий мутахассислар Ўзбекистон Республикасини унинг нодир табиий ресурслари ва тарихий-маданий мероси туфайли туристик жиҳатдан истиқболи порлоқ мамлакатлар жумласига киритадилар.

Ўзбекистоннинг миллий-маданий тикланиши шароитида ички туризмнинг роли тобора ортиб бормоқда. Шунинг учун Ўзбекистон туристик компанияларининг режаларида унинг ижтимоий, иқтисодий ва билиш функцияларини ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш назарда тутилган, чунки бозор муносабатларига ўтишда айнан уларга катта зарар етади. Ҳозирги кунда бизда инсонлар тарихий-билиш ва даволаниш-соғлиқни тиклаш маршрутларини кам танлайдилар. Улар савдо қилиш ва фойда олиш учун чет элга боришни маъқул кўрадилар.

Йигирма биринчи асрда Ўзбекистон Республикасидаги туристик фаолиятнинг асосий мақсади меҳмондўстлик саноатини янада ривожлантириш учун ташкилий-ҳуқуқий ва иқтисодий муҳит яратиш, республикамиз табиий ва тарихий-маданий салоҳиятидан самарали фойдаланиш асосида рақобатбардош туристик хизматлар бозорини шакллантириш, унинг ижтимоий-иқтисодий манфаатлари ва экологик хавфсизлигини таъминлашдир. Ушбу мақсадларга эришиш учун қуйидаги асосий вазифаларни ҳал қилиш талаб этилади:

- ✚ туристик соҳани молиявий-иқтисодий тартибга солишнинг самарали механизмларини жорий қилиш, маблағ билан таъминлаш манбаларини аниқлаш, бу тармоқдаги инвестиция сиёсатининг энг мақбул моделини яратиш;

- ✚ тармоқни бошқаришнинг ташкилий тузилмаларини такомиллаштириш;
- ✚ мамлакат ҳудудини илмий асосланган ҳолда туманларга бўлиш орқали туризмнинг табиий ва тарихий-маданий салоҳиятидан энг мақбул даражада фойдаланишни таъминлаш.

Қўйилган вазифаларни бажариш учун тармоқ ходимлари Ўзбекистон Республикасининг "Туризм тўғрисида"ги қонунига ва шу соҳада чиқарилган меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларга асосланишлари керак.

2-мавзу. ИҚТИСОДИЙ ПРОГНОЗЛАШНИНГ НАЗАРИЙ

АСОСЛАРИ (4 соат)

РЕЖА:

- 2.1. Оқилона кутиш ва сиёсий ишонч
- 2.2. Иқтисодий динамикага таъсир этувчи омиллар
- 2.3. Олдиндан кўра олиш қобилияти
- 2.4. Миллий психология ва прогнозлаш

АСОСИЙ АДАБИЁТЛАР

1. Каримов И.А. «Бунёдкорлик йўлидан» 4 Том. Т.: «Ўзбекистон», 1996. 351 бет.
2. Агапова Г.А., Серегина С.Ф. «Макроэкономика» С., Из-во МГУ. 2000.
3. Гальперин В.М., Игнатов С.М., Моргунов В.И. «Макроэкономика» Том-1.
4. Лигнвут Т., Гайгер.Н. «Макроэкономика теория и переходная экономика». М. 1996.
5. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Макроэкономика: Учебник для вузов, 3-е изд. Дополненное- СПб. Питер, 2009. - 560 с.
6. Ishmuhammedov A.E., Djumayev Z.A, Jumayev Q. X. Makroiqtisodiyot: O'quv qo'llanma. - T.: O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 2005. – 192 b.
7. Мэнкью. Н.Грегори Принципы макроэкономики. 4-изд. СПб. Питер, 2009-544 с.

2.1. Оқилона кутиш ва сиёсий ишонч

Прогнозлаш ўтган, йиғилган тажрибани ҳисобга олишни кўзда тутди, кенг миқёсда фикр юритишга имкон берувчи иқтисодий, психологик ва бошқа билимларга эга бўлишни, ўз вақтида иқтисодиётдаги сифатий силжишларни кўра билишни тақозо этади. Шу билан бирга принципиал ноаниқликни ўз ичига олади.

Ноаниқликнинг мавжудлигини аниқлаш, у ёки бу ҳодисани содир бўлиш эҳтимоли изоҳ қилишдан бошланади.

Иқтисодий маънода **кутиш** индивидлар, фирмалар ва давлатда шаклланаётган гипотезалар кейинчалик амалга ошиши ҳам мумкин, хато қарорларга ҳам олиб келиши мумкин.

Таҳлил учун қуйидаги шарт шароитлар мавжуд: оқил инсонга таяниш, жамоатчилик мавжуд информациядан тўлиқ фойдаланади, иқтисодиётда бозор рационализи, яъни эгилувчан баҳолар, иш ҳақи ҳукмрон, информация барча иқтисодий субъектлар учун ҳаётий заруратга айланди, ҳаммани қўли етадиган бўлди, меҳнат қилиш, маълумот олиш, ишни юритиш, мулоқот қилиш воситасига айланди.

«Кишилар сиёсатчиларни тезгина тушуниб оладилар» деб ёзади Поль Самуэльсон. Ҳозирги замон кишилари доимий иқтисодий сиёсат қоидаларини яхши биладилар. Қарор қабул қилишда ҳукуматни қадамини ҳисобга оладилар.

Кишилар иқтисодий қарорларни қабул қилишдан олдин бор маълумотни, чуқур ўрганадилар.

«Рационал кутиш назарияси» тарафдорлари микродаража 2 хил оқилликни олдинга сурадилар:

- ❖ Маълумотли киши ўзини тутиши;
- ❖ Бозор механизмнинг оқиллиги.

Рационал кутиш назарияси оптимистик ва самарали кўринади, аммо у кишилардаги консерватизмни ҳисобга олмайди. Иқтисодий жараёнлар туғдирадиган хавфга эътибор бермаслик ёки бўртириб баҳо бериш, оммани «маълумот билан қайта ишлаш», жамоа фикрини манипуляция қилиш ҳам бор. Кишилар айрим ҳолда рационал ақлга эмас, ҳис-туйғуга таянадилар.

Кишилар ўз кутишларини лидерлар чиқишига, унинг чиройли гапига (мантиқ ёки фактга эмас), афсуски, кўпроқ ишонадилар.

Кишиларнинг кутиши давлат сиёсатига ишонч билан боғлиқлиги жуда мураккабдир, айниқса социал иқтисодий ўзгаришлар шароитида бу янада

мураккаб. Аҳолининг турли қатламларида турли хил манфаатлар ва маъқул тарафлар тизими шаклланади. Давлат томонидан шахсни ҳуқуқий жиҳатдан ҳимоя қилиш бўлмаса ёки бўш бўлса, конфликтни ҳар ким ўзича ҳал қилишга интилади. Экспертларнинг фикрича, ҳозирги жамиятларда аҳолининг $\frac{3}{4}$ қисми иқтисодчи одам бўлиши мумкин, аммо $\frac{1}{4}$ қисми эса бўла олмайди.

Умуман олганда, моддий ва ижтимоий йўқотишлар ҳеч бўлмаганда қисман компенсация қилишса, реформаларга ишонч пайдо бўлади.

Ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиёти ўрта синфга таянади. Уларнинг шаклланиши кўплаб омиларга боғлиқ ва жуда секин содир бўлади. ўрта синф бой эмас, аммо моддий жиҳатдан таъминланган, етишмовчиликни ҳис қилмайди. Яшаш учун сердаромад касбга эга, ўз уйи, уй анжомларига эга. Эртанги кун учун даромадини бир қисмини ажратиб билади.

Ривожланган давлатлар тажрибаси шуни кўрсатадики, ўрта синфни шакллантирмаса, етарли сиёсий ишончга эришиб бўлмайди, реформаларни самарали олиб бориб ҳам бўлмайди.

2.2.Иқтисодий динамикага таъсир этувчи омиллар

Ҳар қандай жараёнларни ўзига хослигини белгиловчи таркибий ва конъюнктуравий омиллар фарқланади. Бу омилларни макроиқтисодий омиллар (кутилаётган инвестициялар, корхона ва регионларга бюджетдан субсидиялар бериш, пул массасининг ҳаракати, баҳолар, бандлик) ва халқаро даражадаги омиллар (товар ва хизматларнинг жаҳон бозорида рақобатбардошлиги, «қайноқ пуллар» ва валюта курслари динамикаси, импорт ҳажми, хорижий кредитлар ва заёмлар) га ажратадилар.

Прогнозларни ишлаб чиқиш пайтида давлат аралашувининг бутун инструментариясини пухта таҳлил қилиш зарур:

- директив чекловчи ва рағбатлантирувчи чоралар;
- кредит-пул тартибга солиш;
- ташқи сиёсатдаги бурилишлар;
- иқтисодиётнинг мослашувчанлик имконияти ва ҳ.

Иқтисодиётни қисқа муддатли даврда прогнозлаш учун олдинга қаровчи кўрсаткич деб номланган индекслардан фойдаланилади. Конъюнктура ўзгаришларни билдирувчи қуйидаги кўрсаткичларнинг қатори таҳлил қилинади: акциялар курси, давлатнинг қимматли қоғозлари курслари, хорижий валюталар курси, қурилишга берилган лицензиялар ҳажми, янги ускуналарга буюртмалар қиймати, кредит бозорининг ҳолати.

Аммо, кейинги йиллар тажрибаси шуни кўрсатадики, бу кўрсаткичларга тўлиқ ишониб бўлмайди, чунки ҳаётда кутилмаган бурилишлар ҳар қандай режа, прогнозни чиппакка чиқаради. Прогонозлашнинг кенг қўлланиладиган усулларида бири перспектив моделларни ишлаб чиқишдир. Бунинг учун нефть, тилло каби муҳим товарларнинг нархига қараб, бир неча вариантли прогнозлар ишлаб чиқилади.

Қисқа муддатли прогнозлашда «кутилмаганлик самараси» дан фойдаланиш керак. Давлатнинг иқтисодиётга таъсир этиш чоралари ўзининг кутилмаганлиги ва кенг халқ оммасининг унга тайёр эмаслиги шароитида муваффақиятга эга бўлади.

Узоқ муддатли тенденциялардан энг умумийлари яққолроқ кўринади, шунинг учун уларни олдиндан айтиш осонроқ. Бу тенденцияларга: илмий-техник перспективалар, демографик ўсишлар, экология ва ялпи маҳсулотнинг ўсиш перспективаси кабилар киради.

Қисқа муддатли прогнозларга кутилмаган ҳодисалар таъсир қилади. Улар стихиялар (ер қимирлаш, тўфон, цунами, эпидемия кабилар), конъюнктурада сакрашлар, ҳарбий - сиёсий шароитларнинг кутилмаганда ўзгариши туфайли туғилиши мумкин.

Фонд биржаси эскидан конъюнктура индикатори ҳисобланиб келинган. Курсларнинг тушиши иқтисодий тушкунлик бошланаётганлигини кўрсатувчи белги ҳисобланади. Аммо фиктив капитал бозорининг кенгайиши билан ўзига хос мустақил молия кризислари келиб чиқади.

2.3.Олдиндан кўра олиш қобиляти

Олдиндан кўра олиш қобиляти айрим шахсларда кучли бўлади. Тарихда бундай кишилар анча бўлган. Буларнинг ичида энг машҳури француз олими, футурология касбидан бойиб кетиб билган, тарихга маълум биринчи шахс **Нострадамус**дир. Унинг башоратларининг учдан бири тўғри чиққан.

У Петти, Ш. Фурье, Сен Симон, У Жевонслар ҳам кучли футурологлар бўлишган. Масалан, британиялик даҳо Жевонс куёш доғлари ва бошқа, ердан ташқаридаги ҳодисаларга қараб иқтисодий конъюнктурани прогнозлаштиришга уринган. Оптимистик, саросимали ва ёмон конъюнктура йилларини, ҳосилдорликни юқори ва паст йилларини жадвалини ишлаб чиққан.

Албатта, иш фаоллиги кузатиш (кутилаётган талаблар графиги, инвестиция муҳити ва ш.к.) анча фойдалидир. Аммо, улар кўпинча мавсумий ўзгариш, тебранишларни кўрсатади, сиёсий ўзгаришларга боғлиқ ҳамда уларни ишлаб чиқарувчиларда мавжуд оптимизмга (ёки пессимизм) боғлиқ.

Стратегияни ишлаб чиқишда психологик омилни ўта эътибор билан қараш керак.

20 асрда инсониятни кутаётган муаммолар билан кўплаб олимлар шуғулланишган ва турли хил прогнозлар қилишган. Масалан, йигирманчи аср бошида шу асрнинг охирига бориб планетада аҳоли 60-70 млрд. киши бўлади деб, прогноз қилинган.

Футурологлар ичида 20-асрнинг энг машҳури 1928 йилда туғилган америкалик олим Олин Тоффлерни Ҳисоблашади. У 1975 йилда катта шов-шувга сабаб бўлган ўзининг **«Келажакдаги шок»** асарини ёзган. Бу асарнинг асосий ғоялари: техник ва ижтимоий тараққиётнинг жадаллашуви индивид ва ижтимоий гуруҳларни янги шароитларга мослашувини қийинлаштиради, шок ҳолатига олиб келади. Демократияни сақлаш қийинлашади. Фақатгина ижтимоий ва сиёсий ҳаётнинг барча соҳаларида плюрализмга эришиш орқали бу муаммони ҳал қилиш имкони бўлади.

1980 йилда **«Учинчи тўлқин»** асари чиқди. Асарнинг тадқиқот мавзуси ноқобил иқтисодий ва социал структуралар, шу жумладан давлат ва оила эди. У ўз асарида инсоният тараққиётида перспектив йўналиш сифатида децентрализацияни, мустақиллик диффузиясини, «электрон котежларда» уй меҳнатини ва умумий ҳаётнинг кўп қиррали бўлишини кўрсатади. Ҳозирги замонда инсоният кечираётган кризисни цивилизациянинг «учинчи тўлқини» га ўтиш ҳолати дейди (биринчи тўлқин аграр, иккинчиси индустриал, учинчиси практопия деб ҳисоблайди).

У ҳозирги замон партия тизимини, сиёсий ҳаракатда бўлган ўнг ва сўл оқимлар тизимини эскирган, деб ҳисоблайди.

Келажакни ўрганишда йигирманчи асрнинг 60- 80 йилларида фаолият юритган «Рим тўғараги» катта роль ўйнайди. Бу клуб Ҳалқаро нодавлат ташкилоти бўлиб, инсониятнинг глобал муаммоларини ўрганувчи дастурлар ишлаб чиққан ва ҳаётга татбиқ қилган. Клуб 1968 йилда италиялик иқтисодчиси, бизнесмен А. Печчен (1908-1984) томонидан тузилган. У кўплаб олимлар, сиёсий арбобларни бирлаштирган. Клуб информациявий жамият ва цивилизация келажаги муаммоларини ўрганган. Бунинг натижасида қуйидаги докладлар пайдо бўлган. «Ўсиш чегаралари» (1972 й, Д.Медоуз раҳбарлигида), «Инсоният бурилиш нуқтасида (1974 й, М.Месарович ва Э.Пестель), «Инсоният учун мақсадлар (1977й, Э. Ласло), «Ўқишни чеки йўқ (1979й., Ж.Ботки), «Учинчи дунё» (1980 йил, М.Гернье) ва бошқалар.

2.4. Миллий психология ва прогнозлаш

Нью-Йоркнинг осмон ўпар бинолари, Европанинг ўрта аср готика усулидаги қасрлари нафақат даврни ўзига хослигини билдиради, балки миллатнинг психологиясини ҳам билдиради.

Иқтисодий ўзини тутишнинг миллий компонентлари бу – кишининг, гуруҳнинг, жамиятнинг бошидан кечирганлар, тарихий тажриба ва анъаналарга асосан таркиб топган мотивациянинг ўзига хослигидир,

эмоционаллик ва рационаллик нисбати, атроф-муҳитни ўзгартиришга қаратилган ҳаракатнинг фаоллик даражасидир.

Мамлакат учун сиёсий моделни яратишда миллий психологияни ўрганиш биринчи даражали муҳим ишдир. Кишилар нима билан машғул бўлса, у кишилар характериға таъсир қилади. Ўзбекистон аграр мамлакат, мавсумий иш миллий характериға таъсир қилган. Ўзбекни систематиклик, пунктуаллик пастлиги ажратади. Табиий иқлим ўзгарувчанлиги туфайли олдиндан ҳисоб-китоб қилиб бўлмаслиги фикрлашнинг ўзига хослигини келтириб чиқарган, кўпроқ олдинга эмас, орқага қарашни ўргатган. Чидамлилик, ҳамма нарсаға кўникиш, ўз-ўзини сақлаш инстинкти кучлилиги ҳам ўзбекка хос. Жамоа, маҳалла бўлиб, яшаш хоҳиши кучли. Ижтимоийлик, илиқлик, ўзаро ёрдам ва келишув бу жамоаға хос хислатдир. Аммо, бундай жамоа бўлиб яшаш ва ўйлаш сиёсий пассивлик, апатия, конформизм, «томошабинлик», қонунға бўйсунмаслик каби хислатларни келтириб чиқаради.

Яшаш муҳити кишиларни бадиий ижод, диний ишонч, техник ва илмий фикрнинг у ёки бу йўналишиға ён босишға ихтисослашишға олиб келади.

Географик омил ҳам давлат тузилишиға, инсонлар психологиясига таъсир қилади. Бу омил инсоният тараққиётининг бошланғич даврида катта роль ўйнаган.

Ўзбекистонда миллий психологияни шаклланишида ислом ҳам катта роль ўйнайди.

Ижтимоий ва шахсий кизиқишлар, манфаатлар ўртасида тўлиқ уйғунлик бўлиши мумкин эмас.

Инсон ўтмишини эслаб, унга жозибатор белгилар бериб, қайта тиклайди. Халқ ҳатто деспотларға ҳам қандайдир ижобий хислатлар тиқиштиради. Бу санъатда «образни шекспирлаштириш» дейилади. Масалан, Ленин, Сталин, Александр Македонский, Наполеонларға яхши хислатлар ҳам беришади. Кишилар аччиқ ҳақиқатни тан олишни хоҳлашмайди, балки хом хаёлға ишонишади.

Ўзбекда ноиқтисодийлик, нораціоналлик нисбатан кўп. У иқтисод қилиб яшовчи европаликни унча тушунмайди, дабдабали тўй қилади, ўзига эмас атрофдагилар учун кўп ҳаракат қилади.

Узоқ муддатга мўлжалланган прогнозлар мантикқа эга, аммо улар ҳамма вақт ҳам инсоният тарихидаги муҳим бурилишларни ҳисобга ола олмайди, кўра олмайди. Масалан, 20 аср бошида прогноз қилган эдиларки, Россия дунёнинг биринчи давлатига айланади. Аср охирида эса иқтисодий қудрат жиҳатдан у 14 ўринни эгаллаган ёки 70 йилларда бир гуруҳ мутахассислар Нобель мукофоти лауреати Василий Леонтьев раҳбарлигида «Жаҳон иқтисодиётининг келажаги» прогнозини ишлаб чиққан эдилар. Улар йигирманчи асрнинг 90 - йилларида социализм тизими барбод бўлиб, бу мамлакатларнинг жаҳон иқтисодиётидаги ҳиссаси икки мартадан ҳам кўпроқ камайиб кетишини тасаввур ҳам қила олмас эдилар (Уларнинг прогнози бўйича аксинча, икки марта ошиши керак эди).

Самарали иқтисодий сиёсат профессионализмга, социал харажатларни минимумга келтира оладиган бошқариш санъатига таянади. Ҳақиқий иқтисодчи – сиёсатчи бюджет ва пул механизмлари билан иқтисодиётни тартибга солишни ўзаро таъсири муаммоларини, либераллик ва қаттиққўлик нисбатларини, жамиятдаги ўзгаришлар ва барқарорлик нисбатлари муаммоларини оқилона ҳал қила олади.

Бозор жараёнларининг ноаниқликлари, кутилмаган бурилишлари туфайли давлатнинг иқтисодиётга аралашуви оқибатларини олдиндан кўриш жуда қийин. Аммо, иложи борича кўра билиш керак. Энг қийини психологик муҳитдаги ўзгаришларни прогноз қилишдир, аммо тараққиёт учун уларни олдиндан кўра олиш керак.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Иқтисодий маънода кутиш нима дегани?
2. Прогназлаш нима?

3. Рационал кутиш наазриясининг моҳиятини очиб беринг.
4. Қисқа ва узоқ муддатда прогнозлашнинг хусусиятлари нимада?
5. Олдиндан кўра олиш қобилияти нима?
6. Прогнозлашда миллий психологиянинг ўрни нимада?

Мавзу бўйича муҳим калитли сўзлар

Прогнозлаш ўтган, йиғилган тажрибани ҳисобга олишни кўзда тутди, кенг миқёсда фикр юритишга имкон берувчи иқтисодий ва психологик билимларга эга бўлишни, ўз вақтида иқтисодиётдаги ва молиядаги сифатий силжишларни кўра билишни тақозо этади.

3-мавзу. БОЗОР ШАРОИТИДА БАШОРАТ ҚИЛИШНИНГ ОБЪЕКТИВ ЗАРУРАТИ ВА НОРМАТИВ АСОСЛАРИ (4соат)

режа:

3.1. Бозор шароитида режалаштириш ва башорат қилишнинг объектив зарурати

3.2. Режалаштириш ва башорат қилишнинг мақсад ва вазифалари

3.3. Режалаштириш ва башорат қилишнинг норматив асослари

3.1. Бозор шароитида режалаштириш ва башорат қилишнинг объектив зарурати

Бозор муносабатларига ўтиш кадрларга, айниқса, иқтисодий йўналишдаги мутахассисларга, уларни тайёрлаш ва улардан амалиётда фойдаланишга бўлган талабларнинг ўзгаришига олиб келди. Гап бу ерда нотаниш атама, тушунча ва тоифаларнинг пайдо бўлишида эмас, балки иқтисодиётни бошқаришнинг барча миқёсларида янгича иқтисодий фикрлаш мафкурасини шакллантириш ҳақида ҳам боради.

Биз истаймизми, йўқми, лекин олган (олий ўқув юртлари, техникумлар, малака ошириш тизимларида) билимларимиз ва амалий фаолиятимиз бугунги кунда тубдан янгилашни талаб қилишини тан олишга мажбурмиз. Бу биринчи навбатда техника ва технологияларга эмас, балки ишлаб

чиқаришнинг иқтисодий асослари, бизнес ва тадбиркорлик, яъни бутун ишлаб чиқариш муносабатлари мажмуига тааллуқлидир.

Кўпчилик бундан нотўғри хулоса чиқаради, яъни уларнинг фикрича, бозор муносабатларига фақат иқтисодчилар ва молиячилар ҳамда бошқа иқтисодий соҳа мутахассисларигина қайта ўрганиши ва мослашиши зарур бўлади. Амалда эса мулкчилик шаклининг ўзгариши, бозор муносабатлари, рақобат, корхона ва ташкилотларнинг иқтисодий мустақиллиги кўп жиҳатдан барча бошқарув тузилмалари ва хизматларининг (техник, технологик, ташкилий ва иқтисодий) янги иқтисодий талаблар ва ҳўжалик юритиш қоидаларига риоя қилишини талаб қилади. Шу сабабли бозор муносабатлари шароитларида яхши инженер, технолог ёки энергетик бўлишнинг ўзигина етарли эмас бўлиб, бу ҳақда аввалги мавзуда ҳам тўхталиб ўтилган.

Ривожланган мамлакатлардаги кўплаб фирмалар «Фирма унга фойда келтирмайдиган мутахассисларни ушлаб турмайди» деган шиорга амал қилади. Фирмага фойда келтириш учун бозор конъюнктурасида тўғри йўналишни танлаш, бозордаги ўз ўрнини тўғри ва аниқ белгилай олиш, дарҳол олинадиган фойдани эмас, балки узоқ истиқболдаги ривожланишни кўра билш муҳим аҳамият касб этади. Шу ҳамда шу каби вазифалар заминиди башорат қилиш ва унинг яқунловчи қисми бўлган режалаштириш ётади. У корхона мақсадларини шакллантириш, унга эришиш восита ва усуллари аниқлаш жараёнидан иборатдир. Режалаштириш натижаси режа, ҳатти ҳаракатларнинг мотивлаштирилган модели бўлиб, у иқтисодий муҳит ва қўйилган мақсадларни башорат қилиш асосида яратилади.

Башорат қилиш — корхона, тармоқ ва соҳалар миқёсида ҳамда бутун мамлакат миқёсида иқтисодиёт ҳолатини илмий асосланган ҳолда олдиндан кўра билишдир. Башорат қилиш шунингдек, иқтисодиётнинг у ёки бу ҳолатига эришишнинг муқобил йўллари, усуллари ва муддатларини танлаш ёки муҳокама қилишни ҳам англатади.

Бозор муносабатларига ўтишда режалаштириш деярли эсдан чиқиб қолай деди. Айрим олим ва мутахассислар, айниқса, бозор муносабатлари

тарафдорлари режалаштиришни бозор механизмига умуман тўғри келмайди ва бозорнинг ўзи ҳамма нарсани жой-жойига қўяди деб ҳисоблайдилар. Яна бошқа бир мотив – иқтисодиётни ўта марказлашган тарзда режалаштириш ва бошқариш натижасида совет иқтисодиётининг йирик муаммо ва инкирозларидир.

Дарҳақиқат, бутун давлат ва сиёсат ҳукуматини ўз қўлига олган ва қотиб қолган қоидалардан бир қадам ҳам четга чиқмаган партия ҳукуматининг ақидапарастлигини тан олиш керак. Айнан шу сабабли бир пайтлар кўнгилдагидек ишлаган режали тизим чок-чокидан сўкилди ва яроқсиз ҳолга келиб қолди. Бундан ташқари, минтақа ва тармоқлар, корхона ва ташкилотлар, барча хўжалик субъектларининг эркинлигини чеклаб қўювчи турли хил марказлашган буйруқ ва кўрсатмалар, назорат рақамлари ва лимитлар ҳам халақит берган.

Шу билан бир пайтда корхона учун унинг фаолиятини қайси орган - режа бўлими ёки бошқа иқтисодий бўлим ва хизматнинг режалаштириши ва башорат қилишининг эса аҳамияти йўқ. Режалаштириш сифати ва мезонлар муҳим бўлиб, уларга кўра корхона фаолияти баҳоланади ва бозор шароитларида унинг барқарорлиги таъминланади. Шу сабабли бозор режалаштиришни умуман тан олмайди, дейиш нотўғри бўлар эди. Аксича, рақобатли кураш шароитларида ишлаб чиқарувчилар ва таъминотчилар ўз фаолиятини синчиклаб режалаштиришлари зарур. Бозор механизми субъектив омиллар асосий ролни ўйновчи ресурсларни марказлашган тарзда тақсимлашга қараганда қаттиқ ва жиддийроқ ҳисобланади. Бозор шароитида режалаштиришга қарши бўлганлар «тоғора билан бирга чақалоқни ҳам ташлаб юборади» дейиш мумкин.

Шу сабабли аввалги пайтларда турли хил буйруқлар, назорат рақамлари ва лимитларга асосланган режалаштиришни самарали ва оқилона фаолият кўрсатишнинг мажбурий воситаси бўлган режалаштириш билан адаштирмаслик керак. У хорижда ҳам тўлиқ бекор қилинмаган. Масалан, Италиянинг «Фиат» концерни 1970 йилдан бошлаб тасдиқланган 3 йиллик

режалар бўйича, 1988 йилдан эса 5 йиллик режалар бўйича ишлаган. Концерннинг беш йиллик режалари жорий ва оператив-ишлаб чиқариш режалари билан боғлиқ бўлиб, беш йиллик режанинг ҳар бир йили якунидан сўнг ўтган йил давомида эришилган амалий натижаларни ҳисобга олган ҳолда унга ўзгартиришлар киритилади.

Чет эл тажрибаларининг ҳаммасидан ҳам мамлакатимизда фойдаланиш лозим бўлмасада, бироқ режалаштиришнинг роли муҳимлиги аслоҳида исбот талаб қилмайди. Айнан режалаштириш ва башорат қилиш нимани, қанча, қачон ва ким учун ишлаб чиқариш керак деган саволларга жавоб топади. Хусусан, кўплаб корхона яратилиши ва уларнинг фаолияти режалаштиришдан бошланади. Режалаштириш мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари, рақобатли афзалликлардан максимал фойдаланиш, турли хато ва камчиликларнинг олдини олиш, иқтисодиётдаги янги тенденцияларни кузатиш ва улардан ишлаб чиқариш фаолиятида фойдаланиш, корхона фаолиятининг кучсиз томонларини аниқлаш ва бартараф қилиш ҳамда асосланмаган таваккалларнинг олдини олишга имкон беради.

Шундай қилиб, бозор иқтисодиёти режалаштиришни ҳам, башорат қилишни ҳам инкор этмайди. Уларнинг иккаласи ҳам корхона, бирлашма ва бошқа ишлаб чиқариш структураларининг ўз кучи билан ёки бунинг учун махсус жалб қилинган илмий ташкилотлар, олий ўқув юрти мутахассислари ҳамда айрим олим ва мутахассислар ёрдамида амалга оширилиши мумкин. Бунда замонавий тенденцияларнинг келгусида экстраполяцияси (унчалик ишончли эмас, механик усул, нотўғри хулосаларга олиб келиши мумкин), мантиқий таҳлил, турли хилдаги иқтисодий-математик усуллар (масалан, ишлаб чиқариш функциялари усули), эксперт баҳолаш усули ва вазият таҳлили каби бир қатор усуллар қўлланиши мумкин. У ёки бу усулдан фойдаланиш башорат қилинаётган объектнинг ўзига хосликлари, унинг ривожланишига доир ишончли маълумотларнинг мавжудлиги ва таҳлилчиларнинг малакасига боғлиқ бўлади.

Режалаштиришда ҳам, башорат қилишда ҳам иқтисодий жараён ва

вазиятларнинг ўзаро алоқалари **корреляция** усулида ўрганилади. Корреляция таҳлилининг асосий вазифалари бу натижавий белгиларнинг омиллар белгиларига таҳлилий боғлиқлик шаклини аниқлаш ва акс эттириш ҳамда корреляцион алоқани ўлчаш ҳисобланади. Алоқа қанчалик кучли бўлса, башоратнинг асосланганлиги ва унинг аниқлиги шунчалик юқори бўлади.

Ҳозирги кунда башорат ҳисоб-китоблари бир қатор етакчи тармоқлар томонидан стратегик дастур ва режаларни ишлаб чиқиш, илмий тадқиқотлар ўтказиш, тажриба-конструкторлик ишларини амалга оширишда фойдаланилмоқда. Масалан, республикада «2020 йилгача нефть ва газ саноатини ривожлантириш Бош схемаси» ишлаб чиқилган бўлиб, у миллий иқтисодиётнинг ушбу муҳим тармоғи ривожланишининг асосий кўрсаткичларини белгилаб беради. Унинг асосида «2015 йилгача нефть конларини разведка қилиш ва излаб топиш ишларини жадалларштириш бўйича истиқболли дастур» ишлаб чиқилган. Режа ва башоратлар иқтисодиётнинг қуйи босқичлари – корхона, фирма ва ишлаб чиқариш бирлашмаларида ҳам менежментнинг муҳим элементи ҳисобланади.

3.2. Режалаштириш ва башорат қилишнинг мақсад ва вазифалари

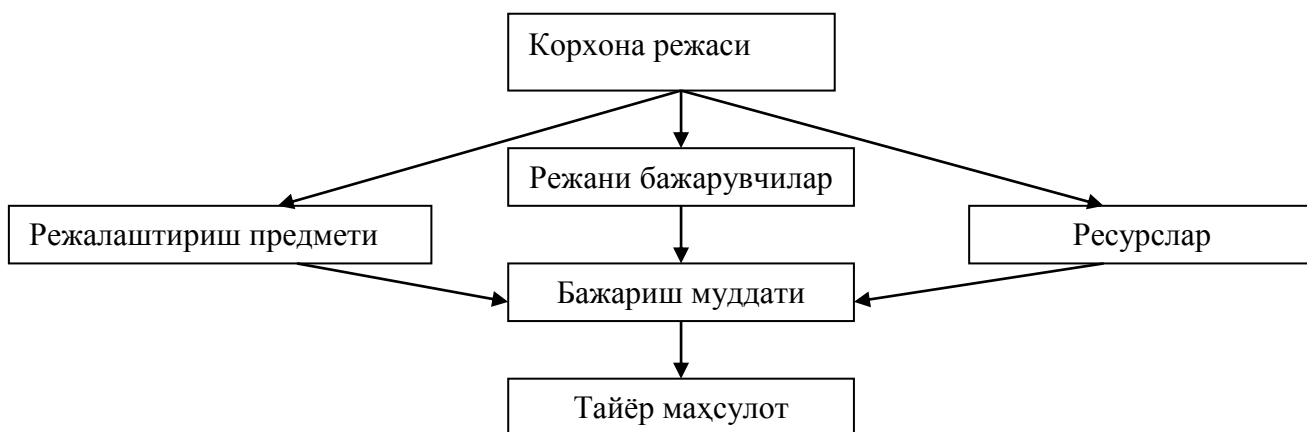
Режалаштириш ва башорат қилишнинг **мақсадли функцияси**, бу – зарур ҳисоб-китоблар, башорат ва далиллар асосида корхона фаолиятининг қисқа ва узоқ муддатли стратегиясини белгилашдир. Тўғри, бу ходимлар сони 5-10 кишидан 40 кишигача бўлган микрофирмаларга қараганда кўпроқ йирик ва ўрта корхоналар учун муҳим аҳамият касб этади. Бироқ, ҳар бир ҳолатда режалаштириш белгиланган пировард натижага эриши учун йўналтирилган ресурслар (моддий ва молиявий) ҳамда одамлар меҳнатини босқичма-босқич қамраб олади.

Режалаштириш одатда деталли ҳисоб-китоблар ва кўрсатмаларга асосан амалга оширилади. У бир томондан барча ходимлар учун вазифаларни (ҳар

бир ходим қачон ва нима қилиши керак), иккинчи томондан раҳбарият учун кўрсатмаларни (корхона белгиланган мақсадга эришиши учун қандай бошқарув қарорлари қабул қилиш лозим) белгилаб беради.

Ишлаб чиқилган режа биринчидан, ишлаб чиқариш имкониятлари билан боғланган бўлса, иккинчидан, ундаги хато ва камчиликлар минимал бўлса, учинчидан эса, ишлаб чиқариш режалаштирилган маҳсулот истеъмол талабига эга бўлса, бу ҳолда режалаштиришни самарали деб ҳисоблаш мумкин бўлади. Корхона раҳбарияти тасдиқлаган режа буйруқ мақомига эга бўлиб, барча бажарувчилар учун мажбурий характерга эга бўлади.

Корхона миқёсида режалаштиришнинг мақсадли функциялари ва таркибини қуйидаги схема ёрдамида акс эттириш мумкин*.



Чизма.-2. Режалаштиришнинг мақсадли функциялари ва таркиби.

Бизнес қанчалик йирик, кўрсатилаётган хизматлар, бажарилаётган иш ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ҳажми қанчалик кенг бўлса, корхона ҳажми ва йўналишига мос равишда режалаштириш жараёнида ҳал қилиниши лозим бўлган вазифалар доираси шунчалик кенгаяди. Бироқ, ҳар қандай ҳолатда ҳам режалаштириш қуйидаги саволларга жавоб бера олиши лозим:

- биринчидан, нимани, қачон ва қанча миқдорда ишлаб чиқариш;
- иккинчидан, танланган муқобилликни аниқланган ҳисоб-китоблар асосида амалга ошириш лозим;
- учинчидан, маҳсулот сифати, унинг рақобатбардошлиги қандай ва у

истеъмолчилик талабига эга бўладими;

- тўртинчидан, маҳсулот чиқариш билан боғлиқ бўлган ишлаб чиқариш харажатлари ва бошқа сарф-харажатлар қопланадими;

- бешинчидан, кутилаётган рентабеллик даражаси, фойда ҳажми ва бошқа пул тушумлари таъминланадими.

Ушбу саволларга жавоб топа олмаса режалаштириш оддий расмиятчиликка айланиб, асосланмаган характерга эга бўлади, ишлаб чиқаришнинг келгуси ривожланиши издан чиқиб, корхонанинг ўзи молиявий қийинчиликларга дуч келади ва иқтисодий барқарорликни йўқотади. Шунинг учун ҳам режалаштириш ёки режани ишлаб чиқишга киришишдан олдин **иқтисодий таҳлил** ўтказиш муҳим бўлиб, унинг асосий вазифалари қуйидагилар ҳисобланади:

- ◆ режани бажариш, ишлаб чиқариш динамикаси ва маҳсулотни сотиш даражаси;

- ◆ ушбу кўрсаткичлар ўзгаришига омилларнинг таъсирини аниқлаш;

- ◆ маҳсулот чиқариш ва сотишни кўпайтириш учун ички ишлаб чиқариш заҳираларини аниқлаш;

- ◆ аниқланган заҳиралардан фойдаланиш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқиш.

Режалаштириш ва заҳиралар ёки фойдаланилмаган имкониятларни аниқлаш билан одатда корхонанинг иқтисодий хизматлари (режа бўлими, ишлаб чиқариш бўлими, меҳнат бўлими, иш ҳақи бўлими ва ҳоказо) шуғулланадиган бўлса, ишлаб чиқариш заҳираларидан фойдаланишга техник, технологик ва бошқа бўлим ва хизматлар жалб қилиниши мумкин. Бошқача қилиб айтганда, корхонанинг самарали фаолият кўрсатиши ва унинг иқтисодий барқарорлигини таъминлаш бутун корхона жамоасининг вазифасидир.

Мазкур ёндашув айниқса ҳозирги кунда, кўплаб корхоналар хусусийлаштириш ва давлат тасарруфидан чиқариш натижасида акциядорлик

шаклига ўтаётган шароитларда муҳим аҳамият касб этади. Афсуски, амалиётда ходимлар орасида кўпинча «рахбарият ҳамма нарсани кўпроқ билади» тамойили кенг тарқалган бўлиб, бунинг натижасида корхона ривожланишига оид бир қатор масалалар, хусусан, ишлаб чиқариш захираларини излаб топиш ва улардан фойдаланиш вазифаси корхона рахбарияти зиммасига юклаб қўйилади. Ишга бу қадар ёндашиладиган бўлса, жиддий ва узок муддатли муваффақиятдан умид қилиш мумкин эмас.

Тўғри, жамоа корхона ҳаётида, хусусан, ишлаб чиқариш захираларини излаб топиш ва улардан фойдаланишда иштирок этиши учун корхона рахбарининг ўзи ва бўлим бошлиқлари демократик бўлиши, бюрократия ва авторитаризм хислатларидан холи бўлиши, қабул қилинаётган қарорларда ошкорлаикни намоён қилиши ҳамда оддий ходимларнинг талаб ва таклифларига етарлича эътибор билан қарашлари лозим. Бошқарувнинг айнан шу усули бугунги кунда хориждаги кўплаб корхона ва фирмаларда кенг қўлланмоқда.

Режалаштириш доимо келажакка йўналтирилган бўлади. Бу ҳолат уни қай бир даражада башорат қилишга ўхшаш қилиб қўяди. Бироқ, режалаштиришдан фарқли равишда башорат қилиш жараёнида белгиланган мақсадларга эришиш имкониятлари аниқланади. **Башорат эҳтимолий характерга эга бўлади.** Унда одатда келгусида турли ҳатти-ҳаракатлар ва ташқи (табiiй, иқлим, иқтисодий, илмiiй-техник ва ҳоказо) омиллар таъсири остида у ёки бу мақсадлардан четга чиқиш эҳтимоли даражаси баҳоланади.

Режа ва башорат корхона ривожланиши истиқболларини аниқлашга иккита муқобил ёндашув эмас, балки хўжалик стратегиясини ишлаб чиқишнинг бир-бирини тўлдириб турувчи босқичлари бўлиб, бунда режа корхона бошқарувининг асосий воситаси ҳисобланади. Шу сабабли ҳар бир ҳолатда башоарт қилинган кўрсаткичлардан режалаштирилган кўрсаткичларга ўтиш таъминланиши лозим бўлади.

Амалиётда башоратнинг илмiiй, техник, иқтисодий, ижтимоий, демографик ва бошқа турлари ажратиб кўрсатилади. Кўпинча комплекс

башорат – илмий-техник, ижтимоий-сиёсий, техник-иқтисодий ва ҳоказолардан фойдаланилади. Башорат ҳар қандай ҳолатда ҳам объектив жараёнлар талабларига максимал даражада мос келиши керак.

Режалаштириш тизимининг дастлабки бўғини сифатида башорат қилиш корхонанинг ички фаолиятдан ташқари кенг масалалар доирасини қамраб олиши зарур. Масалан, унга ҳал қилиб бўлинган, бироқ амалиётда қўлланмаган техник, иқтисодий, инвестицион муаммолар; истикболда янги маҳсулот чиқариш учун мўлжалланган материаллар, технологик жараёнлар, асбоб-ускуна ва қурилмалар; ишлаб чиқариш модернизацияси туфайли кадрларга бўлган эҳтиёжни киритиш мумкин. Башорат қилишда шунингдек, келгусида юзага келиши мумкин бўлган муаммолар, ўтказилаётган тадқиқотларни баҳолаш ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Корхонанинг келажакда t - йилдан сўнгги ҳолатини бир мақсадли башорат қилишни унинг фаолияти ўзгарувчи кўрсаткичларида йўл қўйиш мумкин бўлган қийматлар моделини навбатма-навбат ифодалаш сифатида акс эттириш мумкин (B):

$$B = [F x(t), y(t), z(t), t],$$

Бунда:

x – башорат қилинаётган кўрсаткич ўзгарувчилари (инвестициялар, корхона персонали, тақсимланмаган фойда ва ҳоказо);

y – шарт-шароитлар сифатида кўриб чиқилувчи ўзгарувчан кўрсаткичлар (бозор ҳолати, солиқлар, табиий-иқлим шароитлари ва ҳоказо);

z –асос қилиб олинган корхона фаолиятининг башорат қилинаётган кўрсаткичлари бошланғич қиймати.

Корхонанинг асосий ва айланма капитали, айрим маҳсулот турларини чиқариш ва уларнинг таннархи, фойда, меҳнат унумдорлиги каби муҳим кўрсаткичларини навбатма-навбат ифодалаш натижасида башорат қилинаётган t - йилдан сўнг юзага келиши мумкин бўлган корхона ҳолатининг тўлиқ башоратини олиш мумкин.

Башоратнинг ишончилигини кўп жиҳатдан корхоналар маълумотлар тўпламида сақлаши ва системалаштириши лозим бўлган ахборотларнинг тўлиқ ва ишончилик даражаси белгилаб беради. Ноаниқ ёки нотўғри ахборот башорат қилишда хатоликларга олиб келиши мумкин.

3.3. Режалаштириш ва башорат қилишнинг норматив асослари

Эркин иқтисодий фаолият ва тижорат ривожланиб бораётган, биз аввалги завод ва фабрикаларга қараганда кўпроқ замонавий бизнес ва тадбиркорлик ҳақида гапираётган бир шароитларда математика тили билан айтганда норма ва нормативлар (нормати асослар) «бозор» тушунчаси билан боғланиши қийин бўлади. Бугунги кунда уларнинг роли ва мақоми бироз сусайган, чунки улар тадбиркорлар фикрига кўра бозорга қараганда кўпроқ режали иқтисодиёт томон яқинроқ тургандай бўлади.

Аслида эса бундай эмас, албатта. Норма ва нормативлар доимо режалаштириш ва хўжалик бошқарувининг муҳим элементи бўлиб келган. Ҳар бир тадбиркор, айтайлик, магазин, ресторан, меҳмонхона ёки мебель ишлаб чиқарувчи цех қурмоқчи бўлса, албатта қурилиш харажатлари ва талаб қилинувчи ресурсларни ҳисоб-китоб қилади. Яъни, у режалаштириш билан, тўғрироғи харажатлар ва ресурслар талабини уларнинг ҳар бир тури бўйича нормалаштириш билан шуғулланади. Бизнесмен ҳам, давлат корхонаси директори ҳам харажатлар минимал бўлган ҳолда кўпроқ фойда олишга интилиши табиий.

Хўжалик амалиётида **нормалаштириш** бу маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнларининг нормал кечиши учун зарур бўлган ишлаб чиқариш ва бошқа ресурслар захиралари ва сарфланишининг энг юқори ва энг қуйи нормаларини ишлаб чиқиш ва белгилаш усулидир. Нормалаштириш элементлари сифатида норма ва нормативларни кўрсатиб ўтиш мумкин.

Норма бу – белгиланган сифатли (масалан, стандартли бир буханка нон чиқариш учун сарфланувчи ун нормаси, белгиланган ҳажмли металл конструкциясини кавшарлаш учун сарфланувчи электродлар сони ва

хоказолар) маҳсулот (иш, хизмат) бирлигини таёрлаш учун хом-ашё, материал, ёқилғи, энергия ва хоказоларнинг абсолют сарфлаш мумкин бўлган максимал катталигидир.

***Мисол.** Фабрика эркалар устки кийими, жумладан пальто чиқаради. Ушбу маҳсулотни тикиш учун сарфланувчи материаллар нормаси қуйидагича:*

- асосий материал – 2 м²;
- қўшимча материал (астар) – 2 м²;
- ип – 1 калава;
- тугма – 5 дона;
- меҳнат сарфланиши – 6 киши-соат;
- таннарх – 25 минг сўм.

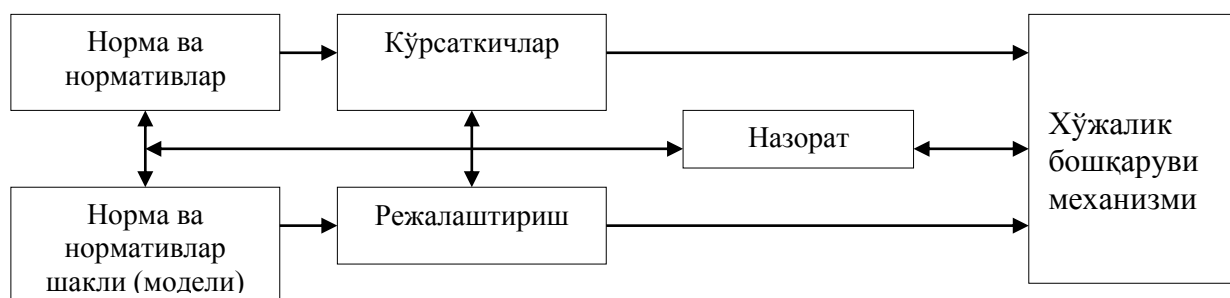
Шу тариқа натурал, қиймат ва меҳнат ўлчамлари билан белгиланган норма ёрдамида маҳсулот, бизнинг ҳолатда пальто ишлаб чиқариш билан боғлиқ барча харажатлар тартибга солиб борилади. Агар маҳсулот бирлигига тўғри келувчи харажатларни жами чиқарилган маҳсулотлар сонига кўпайтирсак, корхонанинг мазкур турдаги маҳсулот ишлаб чиқариш билан боғлиқ умумий харажатларини аниқлашимиз мумкин бўлади.

Норматив, бу нисбий кўрсаткич бўлиб, абсолют катталики эмас, балки ишлаб чиқариш ресурсларидан фойдаланишнинг белгиланган ўлчамини, маҳсулот тавсифномаси ёки ташкилий-иқтисодий ҳатти-ҳаракатларни акс эттиради.

Нормативлар одатда фоиз ёки коэффициентларда белгиланади ва акс эттирилади (масалан, асбоб-ускуналарни юклаш коэффициенти, автомобиль шинаси босиб ўтган йўл коэффициенти, сутнинг ёғлилик фоизи ва ҳоказо). Нормативлар шунингдек, зарур хом-ашё ва материаллар, айланма воситалар ҳажми, талаб қилинувчи ходимлар сонини аниқлашда ҳам қўлланади.

Хўжалик бошқаруви механизмида нормативларнинг ўрни ва роли

қуйидагича акс эттирилиши мумкин*:



Хўжалик бошқарув механизмининг тўзилмаси

Норма ва нормативлар ўлчаш ва лимитлаш функцияларидан (харажатларнинг юқори ёки қуйи чегараси, қўллаш, истеъмол) ташқари ҳисобга олиш, назорат қилиш ва рағбатлантириш функцияларини ҳам бажаради. Улар ишлаб чиқаришни режалаштириш ва тартибга солиш, харажатларни эришилган натижалар билан солиштириш, бошланғич ва фаолият натижалар бўйича мажбуриятни чеклаш, эришилган натижаларни объектив баҳолаш учун асос ҳисобланади.

Норма ва нормативлар амалиётда қуйидаги асосий гуруҳлар бўйича ишлаб чиқилади:

- ◆ жонли меҳнат сарфи нормаси;
- ◆ моддий харажатлар нормаси;
- ◆ вақт нормаси (асосий, қўшимча ва ҳоказо);
- ◆ машина, асбоб-ускуна ва ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш нормаси;
- ◆ ишлаб чиқариш жараёнини ташкил қилиш нормативлари;
- ◆ атроф-муҳитни муҳофаза қилиш нормативлари;
- ◆ капитал қўйилмалар самарадорлиги нормаси;
- ◆ лойиҳадаги қувватларни ўзлаштириш нормаси;
- ◆ айланма воситалар, ишлаб чиқариш захиралар нормаси ва ҳоказолар.

Норма ва нормативлар асосида одатда режадаги давр учун фаолиятнинг техник-иқтисодий ва ташкилий шароитлари ётади. Вақт ўтиши ёки шароитларнинг ўзгариши билан, ушингдек, фан-техника тараққиёти таъсири остида мавжуд норма ва нормативлар қайта кўриб чиқилиши мумкин. Уларни қайта кўриб чиқишда илғор ишлаб чиқариш тажрибалари ва ютуқлар ҳисобга олиниши лозим.

Норма ва нормативлар қўлланиш миқёси ва нормалаштириш объектларига кўра фарқланади. Нормативлар қўлланиш миқёсига кўра қуйидагиларга тақсимланади:

1. давлат ва тармоқ стандартлари ва талаблари асосида белгиланган нормативлар;
2. умумкорхона нормативлари, яъни корхонанинг ўзида ишлаб чиқилган ва қўлланувчи нормативлар;
3. цех нормативлари;
4. предметли, деталли ва операцион нормативлар.

Нормалаштириш объектларига кўра норматив асослари меҳнат, моддий, техник ва молиявий ресурсларга тақсимланади.

Норматив асослари ишлаб чиқаришни режалаштириш ва башорат қилиш учун бошланғич нукта бўлиб хизмат қилади. У ишлаб чиқариш харажатларини ва чиқарилаётган ҳар бир маҳсулот таннархини аниқ ва беҳато белгилашга имкон беради.

Норма ва нормативлар қуйидаги мақсадларда ишлаб чиқилади ва белгиланади:

- биринчидан, ресурсларнинг ортиқча сарфланиши олдини олиш, иккинчидан, корхонанинг белгиланган иш режимини таъминлаш,
- учинчидан чиқарилаётган маҳсулотнинг белгиланган тавсифномалардан четга чиқишининг олдини олиш,
- тўртинчидан атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва нормал меҳнат шароитларига риоя қилиш,

- бешинчидан эса корхона фаолиятини режалаштириш ва башорат қилиш учун маълумотлар тўпламини яратиш.

Норматив асосларини яратиш бўйича ишлар уни ишлаб чиқиш жойи ва органидан қатъи назар, ушбу соҳанинг техника ва технологияларидан яхши хабардор бўлган мутахассислар, профессионал норматив гуруҳлари зиммасига юклатилиши лозим. Малакали ва асосланган тарзда ишлаб чиқилган норма ва нормативлар ҳаёт цикли узоқ бўлиб, улар ўзгаришларга камдан-кам учрайди. Шундай бўлсада, юқорида айтиб ўтилганидек, энг яхши норма ва нормативлар ҳам вақт ўтиши билан фан-техника тараққиёти ва илғор ишлаб чиқариш тажрибалари таъсири остида қайта кўриб чиқилади.

Қисқача хулосалар. Буйруқбозлик асосидаги бошқарув, марказлашган режалаштириш, турли кўрсатмалар, назорат рақамлари ва лимитларнинг мавжудлиги айрим олим ва мутахассислар назарида бозорнинг режалаштириш билан мос келмаслиги ҳақида фикр уйғотишига сабаб бўлди. Ҳаттоки бозор бу режанинг акси деб ҳисоблашнача бориб етди. Натижада муносабатларига ўтишда режалаштириш деярли ёддан чиқиб кетай деди.

Бозор иқтисодиёти режалаштиришни ҳам, башорат қилишни ҳам инкор этмайди ва улардан аввалги буйруқбозликни чиқариб ташлаган ҳолда фойдаланишни тавсия қилади. Режалаштириш ва башорат қилиш менежментнинг функциялари бўлиб, у ёки бу вақт оралиғида бизнес стратегиясини аниқлашга йўналтирилади. Башоарт қилиш режалаштиришга нисбатан кўпроқ эҳтимолий характерга эга бўлади.

Режалаштириш ва башорат қилиш доимо келажакка йўналтирилган бўлади. Улар ривожланиш истиқболларини белгилашда бир-бирини тўлдириб туради. Башорат режалаштиришнинг дастлабки босқичидир.

Режалаштириш корхонага қуйидаги вазифаларни бажариш имконини беради: биринчидан, нимани, қаерда ва қанча миқдорда ишлаб чиқариш керак, иккинчидан, ишлаб чиқариш учун қандай ва қанча ресурс ва қувватлар керак бўлади, учинчидан харажатлар қай даражада қопланади ва фойда (даромад) ҳажми қандай бўлади. Режалаштиришда хато ва камчиликлар

қанчалик кам бўлса, ишлаб чиқиладиган режа ва башоратларнинг ишончли ва ҳаётийлиги шунчалик юқори бўлади.

Норма ва нормативлар режалаштиришнинг муҳим элементи бўлиб, улар ишлаб чиқаришнинг у ёки бу мақсадларига сарфланувчи ресурсларнинг максимал ёки минимал чегарасини белгилаб беради. Норм ва нормативлар прогрессив бўлиши ва вақти-вақти билан қонунчиликда белгиланган тартибда қайта кўриб чиқиши лозим.

Мавзу бўйича таянч иборалар

Режалаштириш. Башорат қилиш. Корреляция усули. Режалаштириш ва башорат қилишнинг мақсадли функцияси. Ишлаб чиқариш имкониятлари. Истеъмол талаби. Режалаштириш вазифалари. Иқтисодий таҳлил. Режалаштириш тизими. Норма ва нормативлар. Нормалаштириш. Норматив асосларининг қўлланиш микдори.

Муҳокама ва назорат саволлари

1. Бозор шароитларида режалаштириш ва башорат қилишнинг моҳияти нимада?
2. Бозор шароитларидаги режалаштириш аввалги маъмурий-буйруқбозлик тизимидаги режалаштиришдан нимаси билан фарқ қилади?
3. Хўжалик юретишнинг бозор шароитларида режалаштиришнинг асосий тамойилларини санаб беринг.
4. Режалаштиришдаги иқтисодий таҳлилнинг аҳамияти нимада?
5. Режалаштириш ва эркин тадбиркорлик қай тарзда уйғунлашади?
6. Корхонанинг режалаштириш соҳасидаги ваколатлари қандай?
7. Режалаштиришнинг норматив асослари деганда нимани тушуниш керак?
8. Норма билан норматив ўртасида қандай фарқ бор?
9. Режалаштиришнинг норматив асосларини таснифлаб беринг.

Тавсия этиладиган адабиётлар

1. Абдуллаев А., Айбешев Х. Бизнес режа. Ўқув кўлланма. Т.: «Молия», 2002. - 72бет.
2. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. (Учебное пособие). – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
3. Стратегический менеджмент: стратегический менеджмент и предпринимательство: Возможности для будущего процветания. Ханс Виссема. / Пер. с англ.- М: Издательство “Финпресс”, 2000. - 272с.
4. Энциклопедия менеджера. Библиотека успешного менеджера. Филипп Холден. Пер.с англ.- М: НІРРО, 2003. - 340с.
5. Организационный менеджмент. А. Н. Мардос, О.А Мардос. - СПб. Питер, 2003. - 336с.
6. Успешный маркетинг для малого бизнеса. Дэйв Паттен -М.: Фаир-пресс, 2003. - 368с.
7. Планы маркетинга. Как их составлять и использовать. Макдональд М.- М.: Технологии, 2004. - 656с.
8. <http://www.imf.org>
9. <http://www.ifc.org>

4-мавзу. ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИНИ РИВОЖЛАНИШИНИ ПРОГНОЗ ҚИЛИШ ВА БОШҚАРИШ (4 соат)

режа:

4.1. Туризмни прогнозлашнинг даражалари ва босқичлари

4.2. Бошқарув объектининг ривожланиш динамикаси ва унинг ташқи муҳит билан ўзаро алоқаси

4.3. Динамика - бошқарув объектининг тенденцияси ва қонуниятларини шакллантирувчи сифатида, унга ташқи муҳитнинг таъсири

4.4 Башорат қилиш ва информация

4.1. Туризмни прогнозлашнинг даражалари ва босқичлари

Қайси бир даражада туризмни прогнозлашни амалга оширишдан қатъий назар у босқичма - босқич жараёнга бўйсунди ва унда қуйидаги 5та асосий фаза мавжуд бўлади:

- дастлабки ҳолат таҳлили;
- батафсил текширув ва ҳолатни пухта таҳлили;
- ҳолатлар таҳлили бўйича оралиқ хулосалар;
- мақсад ва вазифаларни қўйиш;
- стратегияни ишлаб чиқиш.

Туризмни прогнозлаш кенг қамровли бўлиши керак ва унинг барча тизими қисмларини ҳамда ҳудудий прогнозлашининг умумий режаларини ҳисобга олиши керак.

4.2.Бошқарув объектининг ривожланиш динамикаси ва унинг ташқи муҳит билан ўзаро алоқаси

Прогнозлашнинг базисли концепсияси маълум мақсадларга эришиш учун келажакда айрим масалаларни ечиш, қарорларни мукамаллаштириш билан боғлиқ бўлади.

Прогнозлаш жараёни одатда қуйидаги босқичларни ўз ичига олади:

1. Тайёрлаш босқичи;
2. Мақсад ва вазифаларни белгилаш;
3. Ташҳисни аниқлаш;
4. Таҳлил ва синтез;
5. Режаларни ва сиёсатни шакллантириш;
6. Тавсиялар;
7. Режани амалга ошириш;
8. Мониторинг.

Тайёрлаш босқичи. Бу босқичда бошқарув органлари томонидан прогнозлашни назорат қилиш асосида туризмни прогнозлаш хақида тегишли қарорларни қабул қилиш керак. Прогнозлашнинг барча жиҳатларида маълум доирадаги шарт - шароитлар аниқланади. Бундай шароитларни шакллантиришда прогнозлашга алоқадор барча омилларни объектив ҳисобга олиш керак. Ушбу мақсадда кўп тармоқли мутахассисликга эга бўлган махсус ишчи гуруҳ тузилади ва бунда маҳаллий прогнозлаш бўйича маҳаллий мутахассислар жалб этилади (маркетологлар, иқтисотчилар, экологлар, социологлар).

Мақсад ва вазифаларни белгилаш. Мақсадга эга бўлиш ва унинг амалга оширилишини белгилаш босқичи - самарали прогнозлашнинг энг муҳим босқичларидан саналади. Мақсадлар дастлаб синов тарзида ва кейинчалик прогнозлаш жараёнида олинган қайта боғланиш натижасида аниқланади. Бозор муносабатлари горизонтал алоқалар устуворлигига асосланганлигидан келиб чиққан ҳолда, таркиблар тури сифатида (ассоциациялар, холдинглар, концернлар), вертикал қаторлар сақланганда (маъмурият, кумиталар, мулк фонди, солиқ назорати) мақсадлар тартибини ишлаб чиқишга ёндашув кардинал ҳолатда ўзгаради.

4.3. Динамика - бошқарув объектининг тенденцияси ва қонуниятларини шакллантирувчи сифатида, унга ташқи муҳитнинг таъсири

Туризмни прогнозилашнинг стратегик мақсадларини шакллантириш тизимига услубий ёндашув бу - тармоқнинг келажақтаги ҳолатини стратегик жиҳатдан кўра билишни амалга оширишдир ҳамда келажақтаги бош стратегик мўлжаллаш, хусусий мақсад ва вазифаларни, туризмни прогнозилашнинг аниқлаштирилган мақсадларини амалга ошириш ҳисобланади.

- Биринчидан, туризмни прогнозилашнинг стратегик мақсадларини шакллантириш, жамият прогнозилашининг умумий мақсадлари контексти доирасида амалга оширилади. Энг асосий мақсад - аҳоли турмушдаги ижтимоий-иқтисодий сифатининг даражасини қабул қилинган умумдават минимал ижтимоий стандартлардан паст бўлмаган даражада таъминлашдир.

- Иккинчидан, туризмни прогнозилаш мақсадларининг дастлабки ишлаб чиқариш базасини, ташкил қилиш туристик тармоқларнинг ҳар хил секторлари вакиллари, жамоатчилик ва бошқарув органлари томонидан тармоқнинг келажақтаги ҳолатини олдиндан кўра билишдан иборат;

- Учинчидан, туристик фаолиятнинг амалиёт қисмини алоҳида стратегик мақсадларга ва уларнинг мажмуасига мўлжаллаш мумкин. Бу мақсадлар таркибларга бўлинган ва аниқ стратегик мақсадларга эга бўлган бўлишлиги керак ҳамда уларнинг бажарилиши кутилган натижаларга олиб келиши керак. Бундан асосий мақсад, барча мавжуд туристик ресурслардан рационал фойдаланган ва туризмни мустаҳкам прогнозилашини таъминлаган ҳолда аҳолининг ҳар хил туристик маҳсулотларни сотишга бўлган талабини қондиришдан иборат.

- Тўртинчидан, туризмни прогнозилаш учун жамоа мақсадлари ва уларни амалга ошириш усуллари ишлаб чиқишда маъсул томонларнинг қатнашиш усуллари асоси қўйидагилардан иборат бўлиши лозим:

- жамоа ўртасида семинар-учрашувлар ўтказиш;

- маҳаллий шароитни ҳар томонлама ўрганиб чиқиш;
- очик маърузалар ташкил этиш;
- жамоатчилик йиғинларини ўтказиш;
- номинал гуруҳлар ташкил этиш.

Мақсад ва вазифалар таркибига қўйиладиган асосий талаб ҳаққонийликни таъминлашдан иборат бўлиши керак. Мақсадлар ўта аниқ, эришила оладиган, иқтисодий, социал ва экологик томондан тенглашган бўлиши шарт.

Ташҳис. Бу маълуматлар йиғиш босқичи бўлиб, барча ахборотлар бирламчи ва иккиламчи манбалардан йиғилади. Зарур ахборот базаси сифатида режа олди тадқиқотларида стратегик кўрсаткичларнинг барча мажмуаси қўлланилади. Улар туризмни прогнозлаш анъаналари ҳолатига таъсир кўрсатувчи барча омилларнинг аниқ материални, ўрганилаётган жойнинг хўжалик фаолиятини ўзида мужассамлаштиради. Бугунги кунда бизнинг мамлакатимизда ва хорижда маркетинг ёндашув усули кенг қўлланилмоқда. Маркетинг ёндашув усули ҳалқаро ва Ўзбекистон туристик бозорида талаб асосида таъминланган туристик марказларнинг жойини аниқлайди ва туризмни прогнозлашнинг устувор йўналишларини аниқлайди. Уни қўллаш туристик марказ томонидан тақдим этиладиган мавжуд ва истиқболли туристик маҳсулотга баҳо бера олишни амалга оширади.

4.4 Башорат қилиш ва информация

Маълумот йиғиш учун маркетинг қуроллари қўйидаги тизимлар асосида ишлатилади:

- шаҳар аҳолисини туризмнинг ҳар хил шакл ва турларини зиёрат қила олиш даражаси бўйича сегментлаш.
- туристик хизматларга бўлган талабни, аҳолининг даромад даражаси тавсифлайди.

Юқоридаги белгилар бўйича сегментлашни ўтказиш ҳар бир гуруҳнинг молиявий имкониятларидан келиб чиққан ҳолда аниқ минтақа учун энг қулай туризм турини белгилаш имкониятини беради. Бундан ташқари, истеъмолчиларнинг ҳам таъминланган сегментини таъминлаш учун махсус қувватлаш дастурини ишлаб чиқади. Шаҳарга келувчилар оқимининг миқдорини ўлчайди ва уларнинг хусусиятларини аниқлайди. Бу ерда ўз - ўзидан минтақага туристик мақсадда келган халқаро ва мамлакат ички туристларнинг туристик мақсадда келиш анъанаси намоён бўлади. Зарур бўлганда туристлар ўртасида махсус текширув - таҳлил ўтказилади.

Олинган маълумотлар қуйидаги омилларни аниқлаш имкониятини беради:

- туристларни жалб қилишдаги ижобий ва салбий ҳолатларини аниқлаш, туристик марказнинг ўзига жалб қила оладиган ва жалб қила олмайдиган нуфузини аниқлаш.
- туристик марказларнинг шаҳардан узоқлигига ва йўл ҳаракатларининг таъсирини аниқлаш.

Туристлик ресурсларини қўйидаги категориялар бўйича баҳолаш таклиф этади:

❖ жойлашган жойи, бемалол кира олиш имконияти, ўзига жалб қилиши, фойдаланиш ҳолати ва қўлайлиги, ўтказиш қобилияти ва сиғими, хавфсизлиги ва фойдаланиш муаммолари ва истиқболлари. Бу ёндашув доирасида ҳудуддаги туристик салоҳиятни ташкил этувчи элементлар бўйича ахборотлар йиғилади ва тизимга солинади.

❖ ҳудуддаги туристик маҳсулотларга бўлган талабларни шакллантирувчи омилларни аниқлаш ва тадқиқ қилиш. Бунда туризмнинг ҳар хил шакллари баҳолашда дифференциал йўл тутилиши керак. Туристлик маҳсулотни истеъмол қилишга ҳар хил даражада таъсир қилувчи омилларнинг катта қисми мавжуд. Шунинг учун омилларнинг сон жиҳатдан миқдори ўзгариши динамикасини

аниқлаш муҳим ҳисобланади. Тадқиқот қилинаётган минтақага туристлар қатновига, амал қилаётган салоҳиятча рақобат, туристик марказларнинг таъсирига баҳо бериш керак.

❖ Туристларнинг сарф - харажатлари асосида туристик таъминот жараёнини тадқиқот қилиш, келгусида соф даромадларни ўзнинг ва чет эл валютасида қуйидагилар бўйича олдиндан ҳисоблаш имкониятини беради: олинган даромаднинг мультипликация самараси, тўғри ва генерацияланган бандлик, давлат ва минтақаларнинг даромадида туризмнинг улуши. Олинган маълумотлар асосида туризмни прогнозлашининг эришилган даражасини мажмуали баҳолаш ўтказилади. Туризмни прогнозлашда қўлланиладиган потенциал имкониятлар ва асосий йўналишларнинг долзарб муаммолари таҳлил қилинади.

5-мавзу. ИҚТИСОДИЙ ПРОГНОЗ ҚИЛИШ УСУЛЛАРИНИНГ КЛАССИФИКАЦИЯСИ ВА УНИ ТУРИЗМДА ТАДБИҚ ЭТИШ (4 соат)

режа:

5.1.Туризмда прогноз қилиш усулларининг туркумланиши

5.2. Прогнозлашнинг эксперт усули

5.3. Регрессия ва корреляция таҳлиллари усули

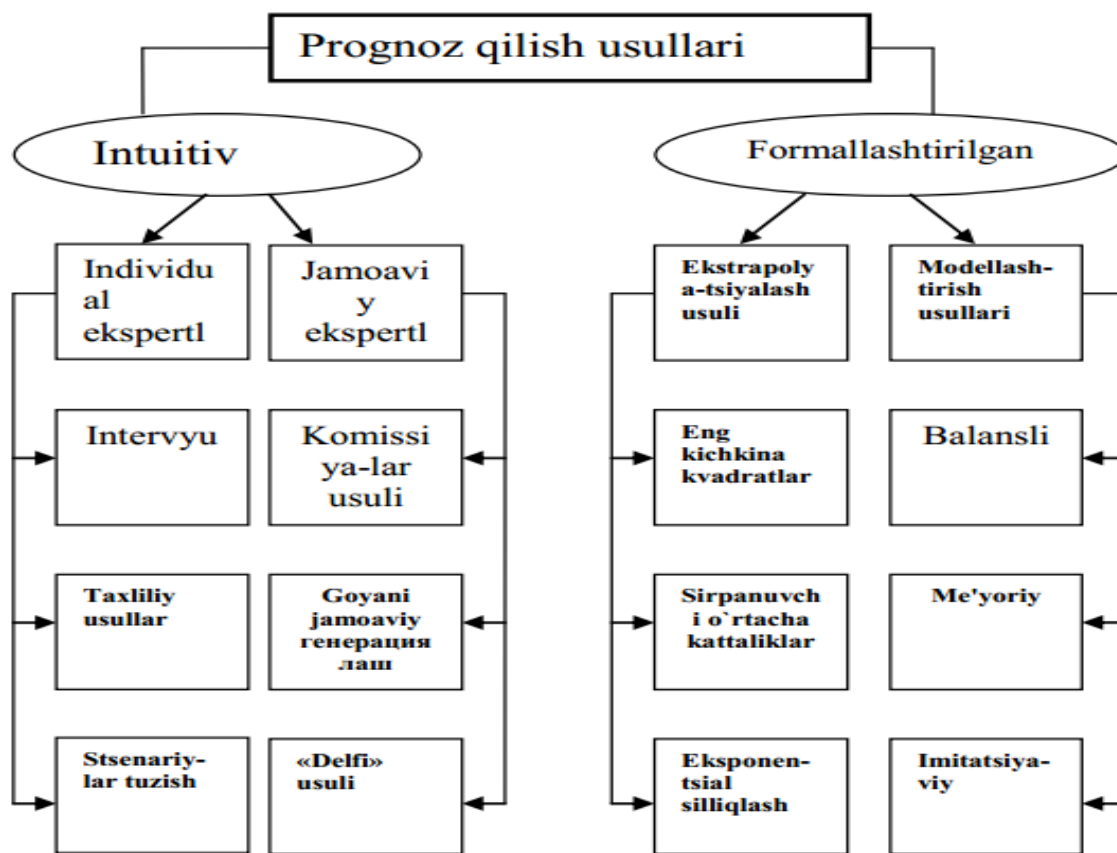
5.4. Туризм ривожланишини моделлаштириш усули

5.1.Туризмда прогноз қилиш усулларининг туркумланиши

Прогнозлаштиришнинг фан сифатида гуркираб ривожланиши охирги ўн йилликларда ўз аҳамиятига кўра, тенг баҳоли бўлмаган кўплаб прогнозлаштириш усуллари, жараёнлари, йўллари, тадбирларининг вужудга келишига олиб келди. Уларнинг аниқ бир тизимга солинганлиги кейинчалик прогнозлаш инструментариясининг кенгайишига сабаб бўлди.

Ҳозирда, олимларнинг баҳолашига кўра, прогнозлашнинг 150 дан ортиқ

усуллари мавжуд. Бироқ амалиётда асосийлари сифатида уларнинг 15-20 тасидан фойдаланилади (3- чизма).



3-чизма. Прогнозлаш усуллариининг классификациялари.

Прогнозлаш усули деганда ретроспектив маълумотлар, экзоген (ташқи) ва эндоген (ички) алоқалар, прогнозлаш объекти, шунингдек, кўрилаётган ҳодиса ёки жараён доирасида уларнинг ўлчовларини таҳлил қилиш асосида объектнинг келгусида ривожланишини аниқ муҳокама қилиш имконини берадиган фикрлаш йўллари ва усуллари мажмуасини тушуниш лозим. Мавжуд манбаларда прогнозлаш усуллариининг турли хил таснифлаш тамойиллари кўрсатилган. Прогнозлаш усуллариининг муҳим таснифлаш белгиларидан бири уларни тўла қамраб оладиган формаллаштириш даражаси ҳисобланади. Иккинчи таснифлаш белгиси - прогнозлаш усуллариининг таъсирини умумий тамойили дейиш мумкин, учинчиси - ишончли ахборот олиш усули ҳисобланади. Формализация даражасига қараб иқтисодий прогнозлаштириш усуллариининг интуитив ва формализационга бўлиш мумкин.

Прогнозлашни интуитив усуллари объектни мураккаблигига кўра, кўплаб омилларни ҳисобга олиш мумкин бўлмаган ҳолларда ишлатилади. Бу ҳолда экспертлар баҳосидан фойдаланилади. Бунда индивидуал ва жамоавий эксперт баҳолари фарқланади.

Индивидуал эксперт баҳолар таркибига: "интервью" усули - бунда экспертнинг "савол-жавоб" тарзда мутахассис билан бевосита алоқасида амалга оширилади;

Таҳлил қилиш усули - бунда қандайдир прогноз қилинаётган вазиятнинг логистик таҳлили амалга оширилади, таҳлилий ёзма ҳисоботлар тузилади;

Сценарий ёзиш усули - у турли шароитларда вақт ўтиши билан ҳодиса ёки жараёни мантиқани аниқлашга асосланади.

Жамоавий эксперт баҳолари усуллари ўз ичига "комиссия", "ғоялар жамоавий генерацияси", "дельфи", матрица усуллари олади. Бу усуллар гуруҳи шунга асосланганки, жамоавий фикрлаш жараёнида, биринчидан, натижалар тўғрилиги юқорироқ ва иккинчидан, экспертларни индивидуал мустақил баҳоларни ишлаб чиқишда кам ҳолларда ашёвий ғоялар қилиши мумкин.

Формализацион усуллар гуруҳига экстраполяция ва моделлаштириш киради.

Биринчи гуруҳга энг кичик квадратлар усули, экспоненциал текислаш усули, ўртага сирғанмалар усули киради. Иккинчисига эса, таркибий, турли, матрицавий моделлаштириш киради.

Прогнозлаштириш усуллари классификациясида турли бошқа усулларни бирлаштирадиган комбинациялашган усуллар ўзига хос ўринни эгаллайди. Масалан, жамоавий экспертлар баҳолашлари ва экспертларни сўроқ қилиш ва ҳоказо.

Прогнозлаш усуллари таснифлашда шуни назарда тутиш керакки, прогнозлаш усуллари мазмундор тизимига солиш, прогнозлаш объекти

ривожланишнинг иқтисодий жараёнлари ва уларнинг қонуниятлари билан аниқланиши керак.

5.2. Прогнозлашнинг эксперт усули

Прогноз - эксперт объекти перспектив тараққиётига караганда мутахассисларнинг индивидуал фикрлашини намоён қилади ҳамда мутахассис тажрибасини мобилизациясига ва интуициясига асосланган. Эксперт баҳолаш усули объектлар ва муаммоларни таҳлил қилишда, уларнинг тараққиёти тўлиқ ёки қисман математик шакллантиришга тўғри келмайдиган, яъни адекват (ўхшаш, тўғриланган) моделни ишлаб чиқиш қийин бўлган ҳолларда ишлатилади.

Прогнозлашда қўлланиладиган эксперт - баҳолаш усули индивидуал ва коллектив шаклларга бўлинади.

Индивидуал эксперт усули, соҳалари бир-бирига боғланмаган эксперт мутахассис фикрларидан фойдаланишга асосланган. Кўпинча прогнозни шакллантиришда қуйидаги икки усул қўлланилади:

1. Интервью.
2. Аналитик - эксперт баҳолаш.

Интервью усули прогноз қилувчининг эксперт билан бўладиган суҳбатини таҳлил қилади. Шундан келиб чиққан ҳолда суҳбат давомида прогноз қилувчи олдиндан ишлаб чиқилган дастурлар асосида эксперт олдига объектнинг перспектив тараққиётига нисбатан саволлар қўяди. Бундай баҳолашнинг муваффақияти муҳим даражада интервью олинаётган экспертнинг маҳоратига, унинг энг фундаментал саволларга тез ва турли - туман хулосалар беришига боғлиқ.

Аналитик - эксперт баҳолаш таҳлил қилишга интилиш ўз устида узок ва синчиклаб мустақил ишлашни, прогнозланаётган объектнинг тараққиёт йўли ва ҳолатини баҳолашни тахмин қилади. Бу усул экспертга

прогноزلанаётган объект бўйича лозим бўлган барча ахборотлардан фойдаланиш имконини беради.

Эксперт ўзининг фикрларини ҳимоя қоғози кўринишида тайёрлайди.

Кўрилаётган усулларнинг асосий ютуғи экспертнинг индивидуал маҳорати ҳамда алоҳида ишчига кўрсатилган, эътиборга олинмаган психологик таъсирни максимал даражада фойдаланиш имконини беради. Лекин, бу усуллар бир эксперт - мутахассис билими бир қанча фан соҳалари бўйича чекланганлиги туфайли кўпинча умумий стратегияни прогношлашда кам қўлланилади.

Кўп ҳолларда умумий стратегияни прогношлашда прогноزلанаётган объектнинг перспектив тараққиёти ҳақида, экспертларнинг жамоавий фикрларини аниқлаш принципига асосланган жамоавий-эксперт баҳолаш усулидан фойдаланиш мумкин.

Бу усулларни қўллаш асосида экспертнинг ўрганаётган муаммони муҳимлиги ва аҳамиятлилигини етарли даражада баҳолаш гипотезаси, маълум бир йўналишдаги перспектив тараққиёти, у ёки бу воқеанинг юзага келиши, прогноз объекти тараққиётида мақсадли маълум бир муқобил йўлни танлаш гипотезаси ётади.

Ҳозирги вақтда махсус ҳайъат аъзоларининг ишлашига асосланган эксперт усуллари кенг тарқалган бўлиб, эксперт гуруҳлари "думалоқ стол атрофида" у ёки бу муаммони ҳал қилишда бир қарорга келиш мақсадида мунозара қилиб, бир фикрга келишади.

Эксперт жамоаси ёрдами билан прогношлашни шакллантиришда асосий масалалар қуйидагилардир:

- малакали эксперт гуруҳларини шакллантириш;
- экспертизаларни тайёрлаш ва ўтказиш;
- олинган ҳужжатлар асосида статистик ҳисоблашлар ўтказиш.

Анкеталарда сақланган, кўп сонли кийматлар кўринишида берилган, эксперт баҳолаш натижасини статистик баҳолаш ва уларнинг

ишончлилик чегаралари, экспертлар фикрлари келишувини статистик баҳолаш аниқланади.

5.3. Регрессия ва корреляция таҳлиллари усули

Регрессион таҳлил - ўрганилаётган тасодифий ҳаракатнинг тасодифий

меъёрини ва ўрганилаётган микдорий ўзаро муносабатлар ўртасидаги боғланишни ишлаш учун қўлланилади. Яъни, тасодифий ва иқтисодий меъёрлар ўртасидаги боғланиш **регрессия** деб аталади. Регрессион таҳлил-ушбу боғланишнинг таҳлили усулидир.

Регрессия ўртача натижа белгиларининг омил белгилари билан боғлиқлигини кўрсатади. Прогнозлаш учун регрессион таҳлил усули қўлланилаётганда математик формула тузилади. Бу формула прогнозлаштириш объекти билан бирга унга таъсир этувчи битта ёки бир нечта омилларнинг боғланишини ўзида акс эттиради. Бу усул ишлатилаётган объектнинг хусусиятини таҳлил қилишга имкон беради. Бунда намуна тузилиб, ундан сўнг намунадаги бир кўрсаткичнинг аҳамиятини бошқа кўрсаткичга боғлиқлиги ҳисобланади.

Регрессия тенгламаси вазифасига кўра бўлинади.

Масалан, Тўғри чизиқли тенглама.

$$y = a_0 + \sum a_i x_i$$

Darajali tenglama $y = a_0 \prod x_i^{a_i}$

Ko'rsatkichli tenglama. $y = a_0 \prod a_i^{x_i}$ va boshqalar.

Bu yerda erksiz o'zgaruvchi (u) funktsiya, erkli o'zgaruvchi (x) argument bo'lib keladi.

Erkli variatsiyaning asosiy, haqiqiy ko'rsatkichi emperik ko'rsatkichdan xisobli ko'rsatkich ayirmasining o'rtacha kvadratiga teng.

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (y_i - \hat{y}_i)^2}{n - k}} \quad (\sigma = \sqrt{D})$$

Bu yerda: u_1 haqiqiy miqdor;

$\hat{y}_i$ xisobiy miqdor;

n- kuzatishlar soni.

K- regrecciya koeffitsiyenti soni

Absolyut ko'rinishidagi variatsiya ko'rsatkichidan tashqari boshqa emperik axamiyatni xisobli axamiyatdan uzoqlashtiruvchi nisbiy ko'rsatkich ham qo'llaniladi. Bu quyidagicha yoziladi.

$$V = \frac{\sigma}{y} \cdot 100\% \quad \text{bu yerda } y = \sum_{i=1}^n y_i / n$$

Вариация коэффиценти бўйича ҳисобларнинг фойдалилиги ва ишончлилигини муҳокама қилиш мумкин. Яъни, вариация коэффиценти қанча паст бўлса, ҳисобли регрессиянинг чизиғига шунча яқинлашади. Вариация коэффиценти ҳисобланган ҳисобнинг тажрибадаги фактга тўғри келишини кўрсатади.

Ўзгарувчиларнинг боғлиқлиги ҳақидаги гипотезани текшириш учун корреляция илгари кўрсатилганидек, корреляция коэффицентининг ўзгариши оралиги қуйидагича ёзилади:

$$-1 \leq r_{jk} \leq 1$$

Bu oraliqda u va x o'rtasida to'g'ri va teskari bogliqlik bor.

$r_{jk} = \pm 1$ da u va x o'rtasida to'g'ri va teskari funksional bogliqlik bor.

$r_{jk} = 0$ da u va x o'rtasida korrelyatsion bogliqlik yo'q.

Juft korrelyatsiya koeffitsiyentining ahamiyati-tanlanish hajmiga bogliq tasodifiy me'yordir.

Nazorat soni pasaygan sari korrelyatsiya koeffitsiyentining ishonarliligi pasayadi.

Korrelyatsiya koeffitsiyentining kvadrati determinatsiya koeffitsiyenti deb ataladi va nazariy mohiyati o'zgaruvchining haqiqiy mohiyatiga mos kelishini ko'rsatadi.

Ko'plik korrelyatsiya koeffitsiyenti (R) bo'yicha argument va funksiya omillari o'rtasidagi bogliqlik muhokama qilinadi.

$$R_{jk} = \sqrt{\frac{r_{jk}^2 + r_{jk}^2 \cdot r_{j2}^2 \cdot r_{k2}^2}{1 - r_{j2}^2}} \quad 0 \leq R \leq 1$$

Rq1- to'g'ri funksional bogliqlik.

Keyin esa regressiya tenglamasining natijasini rivojlanayotgan ob'ektiga to'g'ri kelishini tekshirish kerak. Bu F- Fisher formulasi bilan amalga oshiriladi.

$$F = \frac{R^2(n-k-1)}{(1-R^2)K}$$

Bu yerda:

n- nazorat soni;

k-regressiya tenglamasi omillari soni.

Xisoblangan son jadvaldan tekshiriladi, agar hisoblangan son

жадвалдагидан катта бўлса, ўнгда боғлиқлик ҳақиқий прогрессга тўғри келади. Юқорида айтиб ўтилганидек, регрессия усули корреляция ва регрессия таҳлили аппаратини қўллашга асосланган.

5.4. Туризм ривожланишини моделлаштириш усули

У ёки бу ҳодисани таърифловчи моделлаштириш энг кўп тарқалган усул ҳисобланади. Келажакдаги ҳодисани прогнозлаштиришда яхши натижа берадиган усул моделлаштиришдир. Биринчи маротаба прогнозлаш мақсадида модел тузиш иқтисодиётда қўлланилган. Иқтисодий изланишда қўлланиладиган математик аппарат иқтисодий математик моделлаштириш, деб аталади. Модел изланиш субъекти томонидан шундай тузилиши керакки, бунда операциялар изланилаётган объект

хақидаги маълумотни акс эттирадиган бўлади (маълумотлар: ўзаро боғлиқлик, тузилмавий ва вазифасига кўра параметлари). Шунинг учун моделни тасвирлаш ва моделнинг объектга мослиги масаласи айрим аниқ мақсадларда ечилади. Моделни тузиш объектни олдиндан ўрганиш асосида олиб борилади. Унга мос тавсиф бериш, тажрибавий ва назарий моделни тузатиш моделлаштириш усулининг таркиби ҳисобланади. Прогнозлаштиришга мувофиқ равишда изланилаётган объектни моделлаштириш усулида жиддий қийинчиликлар учрайди ва у ўзига катта аҳамият беришни талаб этади. Моделлаштиришни қўлланишидаги қийинчиликлар прогнозлаш объекти тузилмасини қийинлаштиради. Шунинг учун кўпчилик ҳолларда битта модел эмас, балки моделлар ва усуллар тизимини қўллаш керак. Бунда ҳар бир иш аниқлик ва кетма - кетлик билан амалга оширилади. Прогнозлаштириш моделлари тизими деганда усуллар ва моделлар йиғиндиси тушунилиши керак. Булар объектнинг келажақдаги ҳолати ва ривож, прогнознинг келажақдаги ва ҳозирги тенденцияси ва қонуниятларни ўрганиш асосида келишилган ва зиддиятсизлик имкониятини беради. Бунда, тизимда прогноз йиғиндиси модел кетма-кетлиги асосида тузилади. Прогнозлаштириш моделини тузишнинг 3та босқичи бор.

Биринчи босқичда бир-бири билан боғлиқ бўлган алоҳида модел ва моделнинг кичик тизимлари тузилади ва прогнозлаштириш мақсадида ўзаро характери таъминловчи ягона тузилмалар ҳолига келтирилади.

Иккинчи босқичда ўзаро боғлиқликдаги прогнозлаштириш модели тизими тузилади, уларнинг ўзаро боғлиқлиги текширилади.

Учинчи босқичда прогнозлаштириш модели тизимини тузишдаги ўзига хос алоҳида тизимлар аниқланади ва ривожлантирилади. Прогнозлар йиғиндисини тузиш мақсадида уларни қўллаш усули изланади.

6-мавзу.ТУРИЗМНИНГ ИЖТИМОЙ - ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНИШИНИ ПРОГНОЗ ҚИЛИШ (4соат)

режа:

- 6.1. Погнозлаштириш жараёнида иқтисодий моделларнинг ўрни**
- 6.2. Прогнозлашда Дельфи усулидан фойдаланиш**
- 6.3. Туризмни инвестиция системаси билан алоқаларини ривожлантиришни прогноз қилиш**
- 6.4.Туризмни ривожланган мамлакатлар, халқаро ташкилотлар билан ўзаро алоқасини прогноз қилиш**

6.1. Погнозлаштириш жараёнида иқтисодий моделларнинг ўрни

Ижтимоий ва иқтисодий прогнозлашда турли моделлардан кенг фойдаланилади. Жамиятдаги ва иқтисодиётдаги объектларни математик моделлар ёрдамида кузатиш мумкин. Бу тушунча моделлаштириш дейилади. "Модел" сўзи латинча модулус сўзидан олинган бўлиб, ўлчов, меъёр деган маънони англатади.

Иқтисодий модел - иқтисодий объектларнинг соддалаштирилган нусхасидир. Бунда моделнинг ҳаётийлиги, унинг моделлаштириладиган объектга айнан мос келиши муҳим аҳамиятга эгадир. Лекин ягона моделда ўрганилаётган объектнинг ҳамма томонини акс эттириш мумкин эмас. Шунда жараённинг энг характерли ва энг муҳим белгилари акс эттирилади. Модел - иқтисодий прогнозлашни, ўрганилаётган жараённи илмий англашнинг муҳим воситаси бўлиб ҳисобланади. Моделлаштириш жараёни, объектни ёки жараённи бошланғич ўрганиш, унинг амалга ошадиган хусусиятлари ва белгиларини ажратиш, моделнинг назарий ва тажрибавий таҳлили, моделлаштириш натижаларини объект ҳақидаги ҳақиқий маълумотлар билан солиштириш, моделни коррективкалаш ҳамда ойдинлаштириш кабилар асосида модел кўринишини ташкил этади. Иқтисодий - математик моделлар ва усулларнинг иқтисодий тизимларга тадбиқ этувчи тармоғи, мураккаб иқтисодий тизимларни бошқариш

услугларини назария, яъни умумкибернетик ишлаб чиқариш воситалари ёрдамида ўрганади. Бундай воситаларга, аввало, ишлаб чиқариш жараёнларини математик моделлаштириш ва ўзаро иқтисодий алоқаларни моделлар ёрдамида текшириш, мураккаб тизимларни оддий тизимларга келтириб таҳлил қилиш, турли объектлардаги ўзаро боғловчи ахборот алоқаларини ўрганиш ҳамда иқтисодий тизимларни ривожланиш услублари киради. Кузатилаётган объектларни чуқур ва ҳар томонлама ўрганиш мақсадида табиатда ва жамиятда рўй берадиган жараёнларнинг моделлари яратилади. Бунинг учун объектлар ҳамда уларнинг хоссалари кузатилади ва улар тўғрисида дастлабки тушунчалар ҳосил қилиниб, турли хил шаклдаги моделлар яратилади. Кенг маънода модел бирор объектни ёки объектлар системасини намунасиدير.

Моделнинг ҳаётийлиги унинг моделлаштириладиган объектга қанчалик мос келишига боғлиқдир. Битта моделда объектни ҳамма томонини акс эттириш қийин бўлганлигидан унда объектнинг энг характерли ва муҳим белгиларигина акс эттирилади. Шуни ҳам таъкидлаб ўтиш керакки, ортиқча соддалаштирилган модел қўйилган талабларга яхши жавоб бера олмайди, ўта мураккаб модел эса масалани ечиш жараёнида қийинчиликлар туғдиради.

Демак, моделнинг ҳақиқийлиги тўпланган маълумотлар ҳажмига, аниқлик даражасига, тадқиқотчининг малакасига ва моделлаштириш жараёнига, аниқланадиган масаланинг характерига боғлиқ экан.

6.2. Прогнозлашда Дельфи усулидан фойдаланиш

Дельфи усули АҚШда XX асрнинг 60-йилларида яратилган. У сиртдан сўров ўтказишга асосланган. Унинг хусусиятлари: сиртқи, аноним, сўровлар бир неча босқичларда ўтказилади, тескари алоқа мавжуд, биринчи турдан ташқари ҳар гал экспертлар олдинги тудаги натижалар ҳақида ахборот олишади.

Дастлаб экспертларга анкеталар тарқатилади, унда муаммо изоҳланади, саволлар рўйхати ва унга жавоб бериш тавсифи келтирилади. Эксперт жавобларни қўл қўймасдан почта орқали жўнатилади. Ташкилотчилар экспертлар жавобларини қайта ишлайди, баҳо чиқарилади. Мазмун жиҳатдан ўртачалар, фарқлар дисперсия ҳисобланади. Бир ой ўтгандан кейин 2-тур ўтказилади. Экспертларга биринчи тур натижалари баён қилиниб саволлар берилади. Биринчи тур жавобларини инобатга олиб экспертлардан саволларга жавоб бериши сўралади. Жавоблар яна умумлаштирилиб, зарур бўлса яна қўшимча турлар ўтказилади. Агар 3-турдан сўнг жавоблардаги фарқлар катта бўлмаса сўров ўтказиш тўхтатилади. Охириги тур натижалари умумлаштирилади ва тугалланган ҳисобланади, қисқача хулоса қилинади.

Эксперт баҳолаш методининг асосий вазифаси миқдорий характеристикага эга бўлмаган жараёнлар, айрим иқтисодий жараёнлари ривожлантиришнинг альтернатив имкониятлари ҳақидаги сифат ахборотини олишдан, формал ва интуитив методларни тўғрилаш ва ўзаро уйғунлаштиришдан, иқтисодий жараёнлар прогнозига маълум даражада норматив омиллар киритишдан иборатдир. Экспертлар гуруҳини тузишда экспертиза муаммосини самарали ҳал қилиш умумий талаб ҳисобланади. Муаммони ҳал қилиш самарадорлиги экспертиза ишончилигини характеристикалари билан белгиланади.

Коллектив экспертиза ўтказишда сўровнинг қуйидаги асосий турларидан фойдаланилади: интервью, интервью-анкета, анкеталаш, аралаш анкеталаш, мунозара, кенгашиш (ақлий ҳужуми) методи. Коллектив эксперт баҳолаш натижаси умумлаштирувчи ҳужжат объектни ривожлантириш йўллари баён қилинади. Улар ичидаги энг оддий метод комиссия методидир. Лекин бу метод бир неча номақбул ҳодисаларни бартараф қила олмайди. Шунинг учун хийла аниқ экспертиза методларига зарурат туғилади.

6.3 Туризмни инвестиция системаси билан алоқаларини ривожлантиришни прогноз қилиш

Инвестицион сиёсат бу - инвестицияларнинг омилларини, кўламларини, тузилмаларини, асосий йўналишларини ҳамда уларнинг иқтисодий ривожланишининг энг муҳим зоналаридаги концентрацияси ва самарали фойдаланиш бўйича чораларни аниқлаб берувчи хўжалик қарорларининг йиғиндиси. Инвестицион сиёсатнинг объекти ишлаб чиқариш жараёни ва илмий техник тараққиётни таъминловчи халқ хўжалик тармоқларининг комплекси.

Давлатнинг инвестицион сиёсати бу - маълум вақтга мўлжалланган ва илмий асосланган мақсадларининг ютуқларига бўйсунган ҳукумат тузилмаларининг ҳаракат шакли. Мақсадларнинг шаклланиши стратегик кўрсатмалар орқали, уларни амалга ошириш эса тактик усулларни қўллаш йўли орқали юз беради. Инвестицион сиёсат бу ўз стратегия ва тактикасига эга бўлиб, унинг таркиби ва ўзаро боғланган элементларидан иборатдир.

Инвестицион операция деганда - маълум йўналишларга инвестицион маблағларни ишлатиш йўли билан эришиладиган ва ечиладиган муҳим мақсад ва масалалар тушинилади. Инвестицион сиёсатнинг стратегик мақсадлари мамлакатдаги макроиқтисодий ҳолатнинг таҳлилидан келиб чиққан ҳолда аниқланади. Шу сиёсатни шакллантиришда ва инвестицияларни бошқаришда энг асосий қийинчилик, стратегик вариантлардан энг яхшисини танланишини асослаб беришдан иборат.

Инвестицион сиёсатнинг тактик мақсадлари давлатнинг иқтисодиётдаги турли хил субъектлари орасида инвестицион ресурсларни конкрет тақсимлаш орқали амалга оширилади.

Бозор муносабатлари шароитида давлатнинг инвестицион сиёсати бюджет маблағларидан инвестициялашни ўз ичига олади. Шу билан бирга давлат инвестицион жараёнга ўзининг тўғридан-тўғри аралашувини оқлаш учун маълум мумкин бўлган чегараларни аниқлаш ҳамда бозор

механизмининг рағбатлантирувчи функциясини кучайтириш учун қандай йўл орқали амалга оширилишини аниқлаш бўйича қарорларни ўзи қабул қилиши керак.

Таҳлилнинг кўрсатишича, йигирманчи асрнинг 90-йилларда республикада ўтказилган инвестицион сиёсат ишлаб чиқариш жараёнининг фаолиятини ва мамлакатнинг илмий-техник ривожланишини нормал таъминланмаган. Ўзбекистондаги инвестицион муҳит кризис ҳолатига келиб қолган, ўтказилаётган инвестицион сиёсат эса мавжуд ресурслардан самарали фойдаланишни таъминламаяпти.

Инвестицион кризиснинг асосий сабаби реал жамғарманинг пасайиши бўлиб, у инвестицион муҳитда инфляциянинг кучли характери билан изоҳланади, айниқса 1992-1995 йилларда. Инвестицион фаолиятни тўхтатиб турувчи бошқа омиллар мавжуд бўлиб, улар инвестицион ресурсларнинг дефицити, инвестицион комплекснинг рақобатбардош эмаслиги, асосий аҳоли даромадларининг ва ташқи ишлаб чиқарувчилар рақобатининг маҳсулотларга бўлган талабнинг кескин қисқариши ва бошқалар.

Инвестицион пасайишни енгиб ўтиш, иқтисодиётнинг замонавий ҳолатига мос келувчи актив инвестицион сиёсатни шакллантириш кўзда тутади.

Шундай инвестицион сиёсатнинг асосида ётиши мумкин бўлган қатор тамойилларни ажратиш мумкин:

1) Инвестицион жараённинг демарказлашишининг оптимал даражасини таъминлаш ҳамда инвестицион лойиҳаларни молиялаштириш учун жамғаришнинг минтақавий ва ички омилларининг ролини ошириш мақсадида марказий инвестицион сиёсатнинг ҳамда минтақавий инвестицион дастурларнинг координациясини кучайтириш.

2) Қайтарилиб берилмайдиган бюджетдан молиялаштиришдан пуллик ва қайтариладиган кредитлашга ўтиш асосида корхоналарнинг давлат томонидан марказлашган инвестициялар ҳисобидан қўллаб-қувватланилиши.

3) Қайтариб бериш асосида молиявий инвестициялаш базасини шакллантириш учун йирик ресурсларни жалб қилувчи мотивацион механизмни яратиш.

4) Фақат конкурс асосида ҳар бир инвестицион дастурнинг дастлаб экспертизасига ва марказий мақсадли дастурларга мос равишда ишлаб чиқаришга мўлжалланган инвестицион лойиҳаларни молиялаштириш ва марказлашган инвестицияларни жойлаштириш.

а) Инвестицион сиёсатнинг давлат устувор йўналишларини аниқлаш.

б) Иқтисодиётни инвестициялашда хусусий секторнинг ролини ошириш орқали инвестицион жараёни босқичма-босқич децентрализация қилиш.

в) Инвестицион лойиҳаларни давлат-тижорат томонидан молиялаштириш амалиётини аҳамиятли кенгайтириш, шу жумладан чет эл инвесторлар ва хусусий бизнес капиталларини жалб этиш.

г) Марказлашган (кредит) инвестицион маблағлардан, жуда самарали ва ўзини тез оқлайдиган инвестицион лойиҳаларни амалга ошириш мақсадида фойдаланиш.

д) Чет эл инвестицияларини жалб қилиш мақсадида қонун чиқарувчи ва норматив базаларни мустаҳкамлаш.

Ундан ташқари, инвестицион сиёсатни активлаштириш ва инвестициялар самарадорлигини ошириш қатор бошқа масалаларни ечишни кўзда тутди:

1) Инвестицион циклнинг давомийлигини аҳамиятли қисқартириш (3-4 мартагача) зарур, айниқса, қурилишда. Охирги ўн йилликларда ишлаб чиқаришга мўлжалланган объектлар учун инвестицион циклнинг давомийлиги 18-20 йилни, бир хил ҳолларда эса 25 йилни ташкил этади.

2) Капитал қўйилмаларни тузилмаларини прогрессив ўзгартириш зарур: тармоқли, ишлаб чиқариш ва технологик.

3) Инвестицион сиёсатни саноатда ва қурилишда қўл меҳнатининг улушини камайтиришга йўналтириш зарур.

4) Қурилиш сифатини ва лойиҳа-қидирув ишларининг техник даражасини ошириш йўли билан эксплуатацияга киритиладиган объектларнинг сифатини ошириш зарур.

5) Ерларни рекультивацияси, сув ресурсларини қўриқлаш, ҳаво бассейни каби соҳаларда экологик чора-тадбирларга кўпроқ диққат ажратиш керак.

6.4.Туризмни ривожланган мамлакатлар, халқаро ташкилотлар билан ўзаро алоқасини прогноз қилиш

Умумий ва туристик жаҳон бозорининг замонавий ривожланиш тенденциялари орасида хусусан глобаллашув жараёнининг хизмати катта.

Ҳозирги кунда ТМКларнинг бир томонлама фаолиятдан ҳамкорлик ва қўшма дастурларни амалга ошириш сиёсати асосида фаолият юритишга ўтиб олганлар, бу тенденциялар корпорациялар глобал иттифоқларининг ташкил топишини намоён қилади.

Улар сонининг сифатли ўсиб бориши бир неча омиллар таъсири остида бўлади. Бу омиллар орасида жоҳон бозорида рақобатнинг ривожланиши ҳал қилувчи вазифани бажаради. Рақобат курашиш нафақат ривожланаётган мамлакатлар, балки мамлакат компанияларини ўртасида ҳам бўлади.

Уларнинг энг хавфли рақибларига янги индустрия мамлакатларидаги фирмалар айланиб бормоқда. Масалан, бундай рақиблар сарасига меҳмонхона хўжалигида Гонконгга тегишли отел занжирлари: "Шангрилла", "Гегал Хоутелз " "Мандарин ориентл" кабилар киради.

Глобал иттифоқларнинг мақсади белгиланган мақсадларга самарали йўл, яъни ҳамкорлик йўли билан эришиш учун турли фирмалар ўртасида илмий-техникавий, молиявий ва инсон ресурсларини бирлаштиришдир. Улар барча иштирокчи томонларнинг ютуқларидан биргаликда фойдаланадилар ва барча харажатларни ҳамда умумий дастурларни амалга ошириш билан боғлиқ таваккалчиликларни тенг тақсимлайди.

Глобал иттифоқларнинг хулосалари туризм ва меҳмондўстлик индустриясининг турли секторлари амалиётида қўлланади. Туристлик маҳсулотларни бирлаштирувчи глобал компьютер тизимлари бундай турдаги иттифоқлар фаолиятининг яққол мисоли ҳисобланади. Уларнинг ташаббуси билан авиакомпанияларнинг ташқи алоқа тизими отеллар, турагентлар, автомобил прокати бўйича фирмалар ва бошқаларнинг компьютер сетлари комплекси бирлаштиради.

Улар туристик хизматлар пакетлари ёки алоҳида уларнинг элементлари, яъни авиа училар ва отелларда жойлашишдан тортиб театрга билетлар ва суғурта комплексларига бирлаштиришга имконга эга.

Туристлик маҳсулотларни бирлаштириш бўйича энг йирик энг машҳур компьютер тизимларидан бири, СЕЙБР, "Лиандеус" ва "Чорлспен" билан бир қаторда "Галелио Интернешл" ҳисобланади.

Замонавий кўринишдаги "Галелио Интернешл" 1993 йилда бирлаштириш бўйича икки электрон тизим "Галилей" ва "Ковия-Аколло"ларнинг бирлашиши натижасида ташкил топган. Бирлашган тизимлар таъсисчилари Шимолий Америка ва Европа авиа ташувчилари эди. Улар тенг улуш иштирокида янги компанияларнинг устав фондини 1,5 млрд. миқдорида белгилаганлар 1997 йил бу компания 120 минг терминалга эга бўлган ва 500 авиакомпания, 31 минг отел, автомобил прокати бўйича 44 фирмаларни ҳамраб олган. Мижозлар сони 42 мингтага етган.

Компанияларнинг бирлашишига қарамасдан, Денвер (АҚШ, Колорадо) шаҳрида штабквартира ва ягона маълумот базасини ташкил қилган "Галелио Интернешл" "Ковия Аколло" ва "Галимо"ни икки алоҳида тизим сифатида сақлаб қолиш, қўллаб-қувватлаш ва ривожлантиришни мақсад қилган.

Агар биринчиси АҚШ, Мексика ва Японияга хизмат кўрсатишни давом эттирса, иккинчиси Канададан ташқари бошқа барча мамлакатларга хизмат қилади, чунки Канадада "Ожелини" сети мавжуд.

Ҳозирги кунда глобал иттифоқлардан ташқари стратегик анъаналар шаклланимоқда:

Биринчидан, мулкый муносабатларда ўзгаришлар мавжуд.

Иккинчидан, томонларнинг келишувига асосланган ва хусусий мулкчилик муносабатларига аралашмайдилар, шунинг учун улар кенг тарқалмоқда.

Стратегик альянслар турли йўналишларга эга бўлиши мумкин (консорциум, стратегик хусусиятдаги қўшма корхоналар ва ҳ.к.). Одатий фирмалараро шартномалардан фарқ қилиб, уларнинг барчаси ўз фаолиятида глобал стратегиялар доирасида альянснинг қатнашчи компаниялари учун узок муддатли манфаатли рақобатга эришишга йўналтирилган.

Меҳмонхона хўжалигида стратегик альянслар хизматларини биргаликда сотиш маркетинг фаолиятига мувофиқ сотиладиган ягона тармоқ тузиш, катта молиявий харажатларни қилиш учун бир неча компаниялардан иборат бўлади.

Бундай бирлашишларнинг асосий мақсади меҳмонхона компанияларининг савдо маркаларини бозорга киритиш ва ўз ўрнини мустақкамлаштиришдан иборат. Альянс доирасида бир фирманинг маҳсулоти бошқа фирма маҳсулотининг бозорга киришга йўл очиб беради ва шу йўл билан молиявий таваккалчилигини иккига бўлинади ва икки фирма ҳам банкрот бўлишдан сақланиб қолади.

Меҳмондўстлик индустриясида тадқиқот ўтказган Нью-Йорк университети мутахассислари қуйидаги хулосага келганлар: ўз самарадорлигини исботлаган альянслар XX1 асрда меҳмонхона компаниялари ўсишининг асосий стратегиясига айланиб бормоқда.

Глобаллашув жараёнлари ҳаво транспортида аниқроқ намоён бўлмоқда. Жоҳоннинг етакчи авиакомпаниялари ўртасида кучли ҳамкорлик алоқалари ўрнатишмоқда. Улар ўз рақобатчилари билан стратегик альянсларни ташкил қилишни афзал кўрмоқда. Ўзаро келишувга эришгандан сўнг авиакомпаниялар ўз маршрут тармоқларини кенгайтириш, бошқа авиаташувчиларни барча киришини чегаралаб қўйиши ва бозор улушини кўпайтириши мумкин. Бундай ҳамкорлик альянснинг ҳамма иштирокчилари

учун умумий натижа беради, яъни фойда ва ҳаво йўлларида ташиш ҳажмини кўпайтиради.

Авиакомпаниялар ўртасида келишув турли фаолият соҳаларида рўй беради. Дастлаб бундай келишувлар асосан аэропортларда юкларни юклаш ва тушириш ишларини бошқаришда саромоя киритиш ва жорий молиялаштиришда (ёқилғиларни, самолётларни сотиб олиш, техник хизмат кўрсатиш ва ремонтлардан фойдаланиш ва х.к) шунингдек бирлашган тижорат ваколатхоналарини очишда кенг қўлланилган.

Ҳозирги даврда ҳаво транспортида Халқаро стратегик альянслар янги ривожланиш босқичини ўтамоқда. Авиаташув бозорида назорат ўрнатишга ҳаракат қилаётган альянс аъзолари ўз идентификация кодларини ўзаро алмашиш ва махсус рағбатлантирувчи дастурлар доирасида ҳамкорлик қилишга ўтиб олишган.

Рағбатлантирувчи дастурларни бирлаштирган ҳолда альянс аъзолари ўзларининг мижозлар базасини кенгайтирмоқда ва бозорда ҳукмрон ҳолатини эгалламоқда. Ҳаво транспортининг умумий либерализацияси шароитида бундай стратегиялар авиаташиш соҳасида монополияга олиб келмоқда. Бу рақобатни чекламоқда ва янги компанияларни бозорга чиқишига тўсқинлик қилмоқда.

Майда ва қайта ташкил топган авиакомпаниялар, кўплаб доимий йўловчилар контингентига эга бўлган альянсларни антимонопол қонунчилиқни бузаётганлигида айбламоқда. Рақобат муҳити ҳимояси ва компания фаолияти назорати бўйича махсус органлар альянсларнинг шаклланиш ва ривожланиш стратегиясини диққат билан кузатмоқда. Ҳозирча улар альянслар фаолиятида белгиланган ҳуқуқий нормалар бузилиши ҳолатларини кузатганлари йўқ.

Доим учадиган йўловчилар учун рағбатлантирувчи дастурларнинг бирлашишидан ташқари, альянс аъзолари ўртасидаги ҳамкорлик идентификация кодлари алмашиши орқали мустаҳкамланмоқда. Фуқаро авиацияси Халқаро ташкилоти қоидаларига мувофиқ (ИКАО) авиакомпания

Ўз идентификация кодларини бошқа авиакомпаниялар фойдаланишига рухсат бериш ҳуқуқига эга ёки бир неча ташувчи ўша кодлардан фойдаланиш мумкин. Бу шуни англатадики йўловчилар билетда кўрсатилган авиакомпания самалиётида учмайдилар. Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш учун кодлар алмаштирилишини тартибга солиш таклиф қилинмоқда.

Ҳозирги кунда дунё бўйича авиакомпанияларнинг 370 дан ортиқ альянслари мавжуд бўлган. Уларнинг сони ўсиб бормоқда. Кўплаб янги альянслар ўз эътиборини қўшимча маркетинг ва техник ривожланишга қаратмоқда.

"Стар Альянс" ва "Уануорлд" альянслари ҳаво транспортида йирик бирлашмалар ҳисобланади. Уларнинг ҳар бири йил давомида 180 млн.дан ортиқ йўловчиларга хизмат қилади.

Шунингдек дунёнинг етакчи бешта авиакомпанияси "Американ Эйрлайнз", "Бритиш Эйрвейз", "Канадион Эйрлайн", "Китай Пасифик Эйрвейз" ва "Куантас Эйрлайнз" лар "Уануорлд" номли янги глобал альянсни ташкил қилган. Ушбу альянс фаолият юритгандан бошлаб унинг аъзолари баҳоси 10 млн. фунд стерлинг бўлган кенг қамровли дастурни амалга оширишга киришган. Альянс доирасида умумжоҳон "Уандорлд" таъриф тизими мавжуд бўлиб, идентификация кодларини алмаштириш ҳам йўлга қўйилган, шунингдек яқинда чирталарни бронлаштиришнинг ягона тизими жорий қилинган. Альянсга аъзоликнинг энг зарурий шarti - ташувчилар бирлашмасида назарда тутилган хизмат ва имтиёзларнинг тўлиқ пакетини тақдим этиш. Шунинг учун "Уандорлд" таркибига киришга қарор қилган Финляндиянинг "ФинЭйр" ва Испаниянинг "Иберия" авиакомпаниялари ўз телекоммуникация тизимидаги тартибсизликни бартараф этиши лозим, шунингдек альяниси талабларига мувофиқ персоналларни қайта тайёрлашлари лозим. Ушбу янги икки аъзоларнинг қўшилиши натижасида "Уандорлд" нинг маршрут доираси 800 дан ортиқ пунктларни ҳамраб олади. Улардан сўнг "Люфтганза" ташаббуси билан "Стар Альянс" номли яна бир халқаро авиаташувчилар бирлашмаси ташкил қилинган. Бугунги кунда унга

Германия, АҚШ, Канада, Япония, Австралия, Янги Зелландия, Бразилия ва бошқа мамлакатларнинг авиакомпаниялари киради. "Стар Альянснинг" аъзолари қатори кенгайишини давом эттирмоқдалар.

Ташкилотчиларнинг таъкидлашича, бу альянс аввалги бирлашмалардан фарқ қилиб, пассажирлар қизиқишига юқори даражада йўналтирилган бўлиши лозим. АҚШ, Европа мамлакатлари, латин Америкаси ва Осиёнинг оммавий ахборат воситаларини хабар беришича, альянснинг реклама компанияси "Биз сизларга хизмат қиламиз" шиори остида фаолият кўрсатмоқда. "Снай Тим" га Россиянинг Аэрофлот - Россия Авиакомпаниялари авиакомпанияни қўшилишини режалаштирмоқда. Россия авиаташувчилари, мунтазам ишлаш шарти билан, альянсга тўлиқ аъзо бўлиш имкониятига эга. Ҳозирги кунда Россия ва МДХ давлатлари авиакомпаниялари альянсини ташкил қилиш тўғрисида музокаралар олиб борилмоқда.

7-мавзу. ТУРИЗМНИ ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНИШНИ ПРОГНОЗ ҚИЛИШНИНГ СИСТЕМАСИ ВА ПРИНЦИПЛАРИ (4 соат).

режа:

7.1. Иқтисодий прогноз қилиш ҳақида тушунча ва унинг моҳияти

7.2. Тармоқни ривожланишини прогноз қилишнинг асосий принциплари

7.1. Иқтисодий прогноз қилиш ҳақида тушунча ва унинг моҳияти

Келажакни олдиндан кўрмасдан, унинг ривожланиш йўллари прогнозламасдан жамият ҳаёти тараққиётига эришиш мумкин эмас. Кейинги йилларда прогнозлаш туризм хўжалиги мақбул даражада ишлашини таъминлашнинг асосий воситаларидан бирига айланмоқда. Бошқарувнинг мураккаб жараёнида прогнозлаш жамият ишлаб чиқариши ва унинг мақсадларини илмий асослашда ижтимоий-иқтисодий ривожланиш йўллари олдиндан кўриш воситаси вазифасини бажаради.

Бозор иқтисодиёти шароитида иқтисодий прогнозлаш узок ва ўрта муддатли иқтисодий самарадор йўналишлар, техник сиёсат ва қабул қилинган қарорлар амалиётда қай аҳволдалигини кўра билиш учун зарур.

Иқтисодиёт ва ишлаб чиқаришни бошқариш мақбул қарорлар танлаш ва уларнинг ижросини таъминлаши зарур, чунки бугунги кунда жамият учун асосланмаган қарор қабул қилишдан кўриладиган зарар даражаси кўп маротаба ўсиб бормоқда. Шунинг учун замонавий хўжалик юритиш прогнозлаш кўлами кенгайтирилишини унинг усул ва услубиятлари такомиллаштирилишини талаб этмоқда.

Ижтимоий ривожланиш жараёнини прогнозлаш даражаси қанчалик юқори бўлса, жамиятдаги жараёнларни бошқариш ва ривожлантириш шунчалик самарали кечади.

Прогноз деганда объектнинг илмий асосланган келажакдаги ҳолати ҳақидаги ва уни амалга ошириш йўллари ва сарфланган вақтни олдиндан билиш тушунилади.

Прогнозларни ишлаб чиқиш жараёни прогнозлаш дейилади.

Прогнозлашнинг асосий йўналишларидан бири иқтисодий прогнозлаш ҳисобланади.

"Иқтисодий прогнозлаш" - бу, илмий - иқтисодий фан бўлиб, унинг объекти кенгайтирилган ишлаб чиқариш жараёни, предмети эса ишлаш мумкин бўлган иқтисодий объектларнинг қонунийлиги ва иқтисодий прогнозларни ишлаб чиқиш йўлидаги изланишлардир.

"Иқтисодий прогнозлаш" жамият ривожланиши қонунийлиги соҳасидаги иқтисодий фан ютуқларига ва бозор иқтисодиёти шароитида ижтимоий-иқтисодий ва фан - техника тараққиёти тенденцияларининг аниқлигига асосланади.

"Иқтисодий прогнозлаш"нинг ривожланишида, ишлаб чиқиладиган прогнозларнинг объектнинг ишчанлигини оширади.

Ҳар хил объектларнинг прогнозларини тузиш қонун-қоидаларини ўрганадиган фан- "Прогностика", унинг бир қисмини ташкил этадиган

"Иқтисодий прогностика" фани катта рол ўйнайди. Шундан келиб чиқиб, иқтисодий прогнозларга қўйидагича таъриф бериш мумкин.

Иқтисодий прогнозлаш - бу, иқтисодий жараёнларни билишнинг илмий усуллари ҳамда прогнозлашнинг барча усул ва йўллари йиғиндисини қўллаш орқали иқтисодий прогнозларни ишлаб чиқишидир.

7.2. Тармоқни ривожланишини прогноз қилишнинг асосий принциплари

Тармоқ иқтисодий ривожланишини прогнозлаш учун аввало ўша тармоқнинг маҳсулотга бўлган узоқ муддатли талабини аниқлаш керак.

Талаб (эҳтиёж)ни прогнозлаш жараёни қўйидаги босқичлардан иборат:

- Прогноз объектини белгилаш.
- Прогноздан кўзда тутилган мақсад ва вазифаларни аниқлаш.
- Прогнозлаш вақтини аниқлаш.
- Талаб доиралари ва уларнинг талабдаги улушини аниқлаш.
- Ретроспектив маълумот тўплаш.
- Прогнозлаш усулини танлаш.
- Тармоқнинг маҳсулотга бўлган эҳтиёжи (талаби) бўйича модел ва ҳисоб ишлаб чиқиш.

Ҳар бир йўналиш ҳисоб-китоб қилинадиган, талаб аниқланадиган тармоқ ва ишлаб чиқариш гуруҳларига ажратилади. Талабнинг аниқланиши учун турли хил усуллардан фойдаланилади. Булар норматив усул, оддий-ўртача усул, экстрополяция усули, морр-регресс усул ва бошқалар.

Норматив усул билан талаб аниқланишида энг асосийси нормативларнинг аниқланишидир. Огоҳлантиришдан келиб чиққан ҳолда буларнинг қисқа давр ичида илмий асосланган талаб нормативлари асос қилиб олинади. Узунроқ давр учун нормативларнинг ўзи энг аввало илмий - техникавий ривожланиш, ишлаб чиқариш структураси ва бошқа кўпгина омиллар таъсирида функциялар сифатида ўртага чиқади.

Нормативлар аниқланганда маҳсулот талабини ҳисоблаб чиқиш қийин эмас.

$$\sum_{i=1}^n a_{ij} - B_i = \prod_i \text{ talab (ehtiyoj)}$$

A_{ij} -talab normasi ij mahsulot, i talab

B_i - i talab

Qisqa muddatli prognozlashda ba'zan oddiy-o'rtacha usul ham ishlatiladi. Bu usulda talab o'tgan yillardagi realizatsiya hajmidan kelib chiqqan holda aniqlanadi.

Bu usulda ko'rib chiqilayotgan davr ichidagi realizatsiya hajmlari qo'shib, davrlar soniga bo'linadi:

$$\prod = \sum_{j=1}^m \prod_j / n \quad \prod_t = \prod_{t-1} + \prod$$

Prognozlash usullari ichida eng aniq 5 yillik prognozlash usuli bo'lib ekstropolyatsiya usuli hisoblanadi. Ushbu usul qo'yidagicha ko'rsatiladi:

Yill ar	Ular №	u k	tu	t^2	Y xiso b,	u- u	$\frac{y-y}{y}100$
							Prognoz ma'lumot larining aniqlik darajasi

$$\sum \frac{-y}{y} 100\% \text{ -prognoz xatosi.}$$

8-мавзу. ТУРИЗМДА БОЗОР МУНОСАБАТЛАРИНИНГ РИВОЖЛАНИШИНИ ПРОГНОЗ ҚИЛИШ

**8.1. Инфляция жараёни ва уни туризм иқтисодиётига таъсирини
прогноз қилиш**

8.2. Туристик хизматларга умумий талабни прогнозлаш

**8.3. Макроиқтисодиётнинг ишлаб чиқариш модели асосида
туризмни иқтисодий юксалишини прогноз қилиш**

8.4. Туризмда илмий - техник тараққиётини прогноз қилиш

8.1. Инфляция жараёни ва уни туризм иқтисодиётига таъсирини прогноз қилиш

Инфляция - бу, миллий валюта қадрсизланиши. Бунинг натижасида товар ва хизматлар нархининг ёппасига ўсиши рўй беради (очик инфляция). Аммо давлат нархларни "музлатиб" қўйса ва шу билан бирга инфляцион омиллар амал қилса, инфляция потенциали ўсади (сиқилган инфляция) ва агар нархлар "қўйиб юборилса", нархларнинг кўчкисимон ўсиши рўй беради. Инфляцияга нархларнинг ўсиши олиб келади, лекин ҳар қандай нархнинг ўсиши инфляция билан боғланмаган.

Нархлар ўсишининг инфляцион сабаларини қўриб чиқамиз.

Аввало - бу, давлат бюджет дефицитида аксини топувчи давлат харажатлари ва даромадларининг номутаносиблиги, баланслашмаганлигидир. Агар бу дефицит мамлакат марказий эмиссион банкида заёмлар ҳисобига, бошқача айтганда "босма ускунасидан" фаол фойдаланиш ҳисобига молиялаштирилса, муомаладаги пул массасининг ошишига олиб келади, ўз навбатида нархлар даражасининг ўсиши рўй беради.

Агар аналогик усуллар билан инвестицияларни молиялаштириш амалга оширилса, нархларнинг инфляцион ўсиши рўй бериши мумкин. Айниқса, иқтисодиётни милитаризациялаш билан боглиқ инвестициялар инфляцион хавфли ҳисобланади. МДни ҳарбий мақсадларга ноишлаб

чиқариш истеъмоли нафақат миллий бойликни йўқотишини англатади, бир вақтнинг ўзида ҳарбий ассигнация кўшимча тўловга қобил талабни шакллантиради, бу эса пул массасининг товар таъминотисиз осилишига олиб келади. Ҳарбий харажатларнинг ўсиши давлат бюджети сурункали дефицитининг ва давлатнинг бошқа давлатлардаги қарзлари кўпайишининг сабабларидан бири ва у давлатни пул массасини кўпайтиришга мажбур қилади.

Нархлар даражасининг умумий кўтарилиши замонавий иқтисодиёт назариясининг турли мактаблари ҳамда XX аср ўртаси ва охирида бозор структурасининг ўзгариши билан боғлиқ. Бозорда кўплаб ишлаб чиқарувчилар фаолият кўрсаца ва капитал қўйилиши осон бўлганда бу структура рақобат шартлари ҳақида тобора камроқ эслатади. Замонавий бозор - бу, маълум даражада олигополистик бозордир. Олигополия эса баҳо (наرخ) устидан маълум ҳокимиятга эга. Барқарор нархларни сақлаб қолишга интилиб, олигополиялар уларнинг маҳсулотига талабнинг пасайганида одатда, нархларни пасайтирмайдилар, балки дефицитни вужудга келтириб, ишлаб чиқаришни қисқартирадилар. Бундан ташқари олигополия асосида кучли касаба уюшмаларнинг фаолияти туфайли "наرخлар-иш ҳақи-наرخлар" инфляцион спирали шаклланади. У ёки бу давлат иқтисодиёти "очиқлиги"нинг ўсиши билан, унинг жаҳон хўжалик алоқаларига кириб бориши билан импорт инфляцияси хавфи ортиб боради. Шундай ҳолда, 1973 йилда энергия ташувчи маҳсулотлар нархининг ўсиши ("энергетик кризис") импорт қилинувчи нефт нархининг ўсишига ва технологик занжир бўйича бошқа товарларнинг нархининг ўсишига олиб келди. Ўзгармас валюта курси шароитида мамлакат ҳар гал импорт товарлари нархлари кўтарилишига "ташқи" таъсирни бошдан кечиради.

Инфляцион кутишлар натижасида инфляция ўзини - ўзи қувватловчи характер касб этади. Инфляцион кутишларнинг иқтисодиётга таъсир механизм қандай? Гап шундаки, аҳоли узок вақт давомида нархларнинг

ўсишини кўриб ва уларнинг пасайишига умидни йўқотиб, ўзининг жорий эҳтиёжларидан ортиқ товарлар сотиб ола бошлайди. Бир вақтнинг ўзида одамлар номинал иш ҳақини оширишни талаб қиладилар ва шу билан жорий истеъмол талабининг кўпайишига туртки берадилар. Ишлаб чиқарувчи яқин орада хом-ашё, материал ва жамловчи маҳсулотлар қимматлашишини кутиб, маҳсулотига юқорироқ нарх куя бошлайди. Пулдан қочиш бошланади.

Инфляция ва унинг омиллари орасидаги вақтли боғланишни белгилаш муҳим, бу инфляцион жараёнларни прогнозлаш ва бошқаришга имкон беради.

Инфляциянинг янги куртаги чиқиши - бу, омилларнинг вақт орасидаги динамикаси билан боғлиқ. Пул массасининг ўсиши ва унинг товар билан таъминланиши ўртасидаги нисбатни топиш учун ишлаб чиқариш ва нархлар даражаси динамикасини таҳлил қилиш зарур. Айнан индекс инфляциядан дарак беради. Нархлар индексини ҳисоблаш учун маълум вақтдаги "бозор савати" товар ва хизматларнинг жами нархлари ўртасидаги муносабат олинади. Одатда, "бозор савати" товарларни таркибига барча аҳоли харид қиладиган кўпроқ товарлар киритилади. Индекс, одатда, %да ифодаланади:

$$I = C/C_0 \cdot 100\%$$

Бу ерда: I - берилган даврдаги нархлар индекси, %;

C - берилган даврдаги "бозор савати" нархи;

C_0 - базис даврдаги "бозор савати" нархи.

Бироқ, бу индекс қуйидаги қатор сабабларга кўра, инфляциянинг реал даражасидан паст бўлиб чиқади:

1. Аввало, одатда, "сават" таркибига кирмайдиган, янги турдаги маҳсулотларнинг нархи оширилади. Шунинг учун "сават" бўйича ҳисобланган нархларнинг ўсиш индекси савдодаги барча товарлар гуруҳи бўйича ҳисобланган индексдан анча паст чиқади.

2. Туризм истеъмоли товарларининг чакана нархи тушиши ўрнига уларнинг сифати пасайиши мумкин. Алоҳида тадқиқотчиларнинг маълумотларига кўра, сифатнинг пасайиши бу товарнинг истеъмол хусусияти, фойдалилиги пасайишига олиб келади, шу билан боғлиқ ҳолда у фойдалилик хусусияти бирлигидан анча юқори нархда сотилади. Шундай қилиб, сифат пасайишини нархлар индексининг адекват ўсиши сифатида кўришга барча асос мавжуд.

3. Кўрсатилган 2 омил қаторида учинчи, етарлича қудратли, иқтисодиёт дефицитида намоён бўлувчи омил ҳам таъсир қилади. Туризм истеъмоли товарларининг дефицити инфляцияларнинг манбаи ҳисобланади. Дефицит билан боғлиқ инфляциянинг намоён бўлиши шундай нархларнинг ўсишида кузатиладики, агар товарни очик бозордан харид қилиш имкони бўлмаса, истеъмолчи уни шу нархларда норасмий, "қора бозор"дан сотиб олишга мажбур бўлади.

4. Истеъмол нархларининг ўсиши ишлаб чиқариш ҳаражатларининг кўпайиши (улгуржи нархларнинг ўсиши) билан ҳам боғлиқ бўлиши мумкин. Қазиб олувчи тармоқларда, айниқса, ёқилги-энергетика мажмуаларида нархларнинг ўсиши маълум вақтдан кейин туризм хўжалигининг барча секторларидаги ҳаражатлар даражасида "домино" принципи бўйича аксини топади.

Истеъмол товар ва хизматларининг қимматлашуви ва оқибатда иш ҳақи ва ижтимоий тўловларнинг кўпайиши рўй беради.

Демак, нархлар индексининг ўзгариши ва унинг катталигини прогнозлаш турли хил омилларга боғлиқ: "бозор савати"нинг таркиби, маҳсулот сифати, ишлаб чиқариш ҳаражатлари ва туризм истеъмоли товарлари дефицитининг катталиги. Шунинг учун бу индексни қўллаш инфляция суръатларини прогнозлаш учун етарли эмас.

Истеъмол нархлари ўсиши кўрсаткичини ЯИМ дефляторининг ўсиш кўрсаткичларига ўзгартириш керак, деган фикр бор.

Маълумки, бу кўрсаткичларнинг устунлик ва камчиликлари бор. Нархлар индекси (ва мос равишда ўсиш суръатлари) нисбатан соддалиги ва ҳисоб - китобларнинг оперативлиги билан ЯИМ дефлятори индекси олдида устунликка эга.

Катта харажатларсиз нархлар индексини нафақат йиллик, балки ойлик, ҳатто ҳафталик ораликлар учун аниқлаш мумкин. Айнан шунинг учун ундан турли мақсадларда кенг фойдаланилади - аҳоли даромадлари индексациясини назарий таҳлилидан то амалий ҳисоб - китобларигача.

ЯИМ дефляцияси ҳисоб-китобларининг кенг кўламлилиги туфайли у чоракда бир марта, одатда бир йилда бир марта номинал ва реал Яимнинг йиллик ҳажми аниқланиши билан бир вақтда ўтказилади. ЯИМ таркибини ҳисоб -китобларидаги доимий тўғрилашлар туфайли унинг ҳажми, ўз навбатида ЯИМ дефляторининг ҳажми бир неча марта қайта кўриб чиқилади (баъзида йиллар ўтиб).

Бу ҳолат нафақат ўтиш давридаги мамлакатларга, балки нисбатан мукамалроқ статистикага эга ривожланган давлатлар учун ҳам характерлидир. Шунинг учун ЯИМ дефляторидан амалий мақсадларда кам фойдаланилади. Шунга қарамай, дефляторнинг истеъмол нархлари индекси олдида бир муҳим устунлиги бор, чунки дефлятор ЯИМнинг барча компонентлари учун ҳисобланади (хусусий ва давлат истеъмоли, инвестициялар, ташқи савдо), шунинг учун унда инвестицион жараёнлар, камида назарий, унда тўлиқроқ ҳисобга олиниши керак.

Корреляция коэффициенти ёрдамида истеъмол нархлари индекси ва ЯИМ дефлятори моҳиятига кўра, бир хил ҳодисани характерлаши исботланган. Улар орасида фарқ катта эмас. Шунинг учун омилли таҳлилда бир ўзгарувчини бошқасига алмаштириши унинг натижаларига статистик аҳамиятли таъсир этмайди.

Ўз навбатида, истеъмол нархлари индекси кўрсаткичини ЯИМ дефлятори индекси кўрсаткичи билан алмаштириш ва аксинча, инфляция

суръатларини бошқа макроиқтисодий кўрсаткич билан боғлаб турувчи ҳолларда сифатли ўзгаришларни келтириб чиқариши мумкин эмас.

Бироқ, кўпчилик иқтисодчилар инфляция суръатларини таҳлил қилиш ва прогнозлашда 1 та кўрсаткични ўрганиши етарли эмаслигини, турли кўрсаткичларнинг комплекс таҳлили кераклигини таъкидлайдилар.

Инфляция динамикасини прогнозлаш учун иқтисодий ривожланишнинг асосий омиллари ўртасидаги ўзаро таъсирни ва мос равишдаги вақт оралиғини белгилаш керак.

Одатда эса, масалани ўрганиш пул массаси динамикаси ва истеъмол нархлари индекси таҳлили билан чекланилади. Турли давлатларда миллий иқтисодиётнинг хусусиятларини ҳисобга олувчи инфляция даражасини прогнозлашнинг турли моделлари ишлаб чиқилмоқда. Масалан, АҚШда ишлаб чиқилган инфляция даражасини ҳисоблашнинг МОДЖС модели. Бу эконометрик моделда қуйидаги омиллар - аргументлар қўлланилган:

- ҳукумат кўзда тутаётган эгри солиқларнинг ўзгариши (нарх ичидаги солиқларнинг);
- давлат субсидиялари (субвенсия ва дотациялари)нинг тахминий ўзгариши;
- давлат назоратидаги баъзи товар ва хизматлар гуруҳи нархининг тахминий ўзгариши;
- ҳукумат ва фермер уюшмалари ўртасида қишлоқ хужалик маҳсулотлари нархи бўйича меҳнат битимлари ва келишувларининг маълум ҳолати;
- трансферт тўловлари.

Юқорида келтирилган барча омиллар бошқарувчи (инструментал), чунки ҳукумат қарорларига боғлиқ ва шу маънода улар эндоген ҳисобланади.

Моделда омиллар сифатида баъзи экзоген ўзгарувчилар ҳам қўлланилган:

- импорт маҳсулотга прогноз нархлар;
- бандлик даражаси прогнози ва бошқалар.

8.2 Туристтик хизматларга умумий талабни прогнозлаш

Умумий талаб - бу, барча хўжалик субъектлари (ҳукумат, уй хўжаликлари, фирмалар), товар ва хизматлар истеъмолчилари сифатида турли нарх даражаларида бу субъектлар қанча товар ва хизматлар сотиб олишларини кўрсатувчи моделдир.

"Макроиктисодиёт" курсида умумий талабнинг нарх ва нархдан бошқа омиллари мавжудлиги маълум. ЯИМни харажат бўйича аниқловчи ва умумий талаб - АД ни ҳисобга олувчи баҳодан ташқари омиллар кўрсаткичлари ўхшашлигига эътиборни тортади:

$$Y_{aIMqS} + J_g + G + X_n,$$

Bu yerda: S-shaxsiy iste'mol harajatlari;

J_g -yalpi ichki xususiy investitsiyalar;

G- hukumatni tovar va xizmatlar xaridi;

X_n -sof eksport.

Умумий талаб истеъмол, инвестицион, давлат харажатлари ва соф экспорт йиғиндисидан иборат. Агар бу нархсиз омилларни қўшса, нархлардаги (ўртача тортилган нарх) товар ва хизматларга ЯТ ни топамиз. ЯММ ва АД орасида фарқ. Гап шундаки, истеъмол харажатлари (С)- ЯММ элементи сифатида қаралганда, сотилган, яъни талаб қилинган товар ва хизматлар тушунилади. Бу ҳолда таҳлил ва прогноزلанганда шахсий истеъмол харажатлари ва истеъмол харажатлари каби тушунчалардан фойдаланиш мумкин. ЯММнинг истеъмолчисини топмаган қисми ЯММ ҳисобида умумий ички хусусий инвестицияларга товар ва хизматлар захиралари ўзгариши инвестицияси сифатида киради. Заҳира ошиши ишлаб чиқариш (таклиф) сотувдан (талаб) ошганини билдиради ва бу фарқ ЯММ ҳисоб - китобида ҳисобга олиниши керак.

Агар захиралар камайса, бу йил ишлаб чиқариш сотув ҳажмидан камлигини, яъни ўтган йил захиралари сотилганини билдиради. Бунда ЯММни захиралар камайиши миқдorigа камайтириш лозим. Бундан

ташқари узоқ муддат фойдаланиладиган товарлар ҳаражатларига фақат уларнинг амортизацияси киритилади.

Бу ҳам шу йилда, ҳам ўтган даврларда сотиб олинган товарларга тегишли. Узоқ муддат фойдаланиладиган товарларнинг сотилмаган қисми захираларга инвестиция сифатида киритилади.

8.3. Макроиктисодиётнинг ишлаб чиқариш модели асосида туризмни иқтисодий юксалишини прогноз қилиш

Макроиктисодий кўрсаткичларни комплекслашда таҳлил қилиш ва прогнозлашга имкон берувчи амалий воситалар ичида статистик (ишлаб чиқариш) моделлар ажратилади. Республикамизда ўтган ўн йилликларда таҳлил ва моделлаштиришнинг статистик услублари соҳасида жиддий илмий тадқиқот ишлари олиб борилганига қарамай, тўлиқ режалаштирилган иқтисодиётнинг баланс услублари афзал кўрилган. Лекин, бозор муносабатларига ўтиш шароитида эконометрик моделларни қўллаш долзарб бўлиб қолмоқда, чунки таҳлилда қўлланувчи восита объектига - бозор иқтисодиётига тўғри келади.

Йигирманчи асрнинг 70-йилларда Канада, Япония, Буюк Британия ва бошқа бир қатор давлатларда индикаторларнинг ўз миллий тизимлари шакллантирилган. Лекин замонавий иқтисодий тизимнинг байналминаллашуви жараёни ҳар бир миллий иқтисодиётнинг прогнозини ҳисобга олиш заруриятини кучайтирди ва (70-йилларнинг бошида бошланган) иқтисодий индикаторларнинг халқаро тизимини (ИИХТ) яратиш бўйича махсус тадқиқотларни талаб қилди.

ИИХТ қўллашда 4 та асосий йўналиш ажратилади:

- чуқур характерга эга жаҳон иқтисодий инқирозларини прогнозлаш;
- айрим алоҳида давлатларда инқирозлар ўтишининг хусусиятларини тасвирлаш;
- мамлакатлар орасида товарлар оқими матричасини тузиш орқали жаҳон савдосини прогнозлаш;

- халқаро характерга эга инфляцияни прогнозлаш.

ИИХТ ишлаб чиқишда асос бўлиб иқтисодий индикаторларнинг америкача тизими хизмат қилди. ИИХТ нафақат етарли даражада барқарор ривожланувчи иқтисодий цикл, балки "ўсиш цикллари" деб аталувчи иқтисоднинг тезлашган ва секинлашган таҳлили ҳамда прогноз учун мослашган.

Шундай қилиб, уни ҳам ишлаб чиқариш кескин тушиб кетмаган фазада мамлакатлар (масалан, айрим ривожланаётган давлатлар), ҳам ишлаб чиқаришнинг барқарор пасайишини бошдан кечираётган давлатлар учун қўллаш мумкин. ИИХТни қўллашнинг энг муҳим йўналишларидан бири жаҳон савдосини прогнозлашдир. А мамлакатдан Б мамлакатга экспорт - Б мамлакатдаги иқтисодий конъюнктура ҳолатига боғлиқлиги учун А мамлакатдан Б мамлакатга экспорт тенденцияларини прогноз қилувчи Б мамлакат (импортёр) нинг илгарилаб кетувчи (лидер) иқтисодий ривожланиш индикаторларидан фойдаланилади. Тадқиқотлар ушбу йўналишнинг тўғрилигини аниқлади, лекин унинг чегараланганлигини ҳам кўрсатиш керак, чунки бунда экспортнинг динамикаси фақат бир омил - импорт қилувчи мамлакатнинг иқтисодий конъюнктурасига боғлиқ. Бунда валюта курсларининг ҳаракати, ички баҳолар ва икки мамлакат орасидаги савдога таъсир этувчи бошқа омиллар ҳисобга олинмайди. Йигирманчи асрнинг 70 - йилларнинг бошидан ИИХТдан нархлар динамикасини прогнозлашда кенг фойдаланила бошланди. Нарх индексларнинг таҳлили уларнинг "ўсиш цикллари" билан узвий алоқасини кўрсатди. Одатда, ўсишнинг суръатлари жадаллашганда нархлар ўсиши тезлашади ва аксинча, ўсиш суръатларининг пасайиши нархлар ўсишини камайганини билдиради.

8.4.Туризмда илмий - техник тараққиётини прогноз қилиш

ИТТнинг (Илмий-техник тараққиётнинг) бевосита натижаси бўлиб инновация ёки янгиликлар ҳисобланади.

Бу илмий билимлар қўлланиладиган техника ва технологияларнинг ўзгариши. Ўз ривожланиш жараёнида ИТТ бир нечта босқич этапларидан ўтган.

Биринчи босқич - ХУІІІ аср охири ва ХІХ аср бошларидаги биринчи саноат инқилоби. Илмий асосда машинали ишлаб чиқаришга ўтиш.

Иккинчи босқич - ХІХ аср охири ХХ аср бошларидаги иккинчи саноат инқилоби. Машина асосидаги ишлаб чиқаришни ривожлантириш, ишлаб чиқаришнинг энергетик асосининг ўзгариши, техник база асосида илмнинг ривожланиши, ишлаб чиқаришни автоматлаштириш даражасига ўтиш, янги тармоқларни барпо этиш. Учинчи босқич - ХХ асрдаги учинчи саноат инқилоби, у ўз навбатида илмий-техник инқилобга айланиб борди. ИТИ - бу илмнинг, ишлаб чиқаришнинг асосий омили бўлган бевосита ишлаб чиқариш кучига айланиши асосида ишлаб чиқариш кучларининг тубдан сифатли ўзгаришидир. ХХ асрнинг охириги 10 йилликларида саноат инқилобининг янги тўртинчи босқичининг белгилари шакллана бошлади.

Унинг асосий белгилари:

- электроника асосида ишлаб чиқариш технологиясининг ўзгариши;
- биологик жараён ва тизимларни ўсиб боровчи масштаблар асосида тартибга солиш;
- ишлаб чиқаришни комплекс автоматлаштириш;
- энергетиканинг янги турлари;
- янги материалларни тайёрлаш технологияси ва бошқалар.

Ривожланишнинг барча босқичларида ИТТ қуйидаги шаклларда амалга оширилади: эволюцион, революцион (инқилобий) ва аралаш.

ИТТнинг ишлаб чиқариш жараёнига бўлган таъсирининг умумий кўриниши бу экстенсив ва интенсив ўсиш ўртасидаги нисбатни иккинчисининг ҳисобига ўзгаришидир.

ИТТнинг асосий натижаси бу - ишлаб чиқаришда шаклланадиган ва моддийлашадиган иқтисодий самаранинг ошиши.

Илм ва техника ривожланишини тартибга солиш ва прогношлаш куйидаги прогноз ҳужжатларининг тизими воситасида амалга оширилади:

- муддати 15 йилгача бўлган илмий-техникавий ривожланишининг умумдавлат прогнози;
- 5-10 йилга мўлжалланган макроиқтисодий ва тармоқ даражасида бўлган хусусий илмий-техник прогнозлар;
- 10-15 йилга мўлжалланган давлатнинг мақсадли илмий-техник дастурлари.

Кўрсатилган ҳужжатларни давлатнинг илмий-техникавий сиёсати бирлаштиради.

Илмий-техникавий ривожланишнинг умумдавлат прогнозида куйидагилар мавжуд:

- маҳаллий ва жаҳон илмий-техникасида эришилган муҳим ютуқларнинг техник-иқтисодий баҳоланиши;
- илмий техник ютуқларини туризм хўжалигида ишлатилиши ҳақидаги хулосалар;
- ИТТ бош йўналишларини ва бирламчи тармоқлараро илмий-техник масалаларни аниқлаш;
- бу масалаларни ечиш бевосита ва йўлларининг вариантлари;
- ИТТнинг ижтимоий-иқтисодий оқибатларини баҳолаш.

Прогнозда кўрсатилган йўналишлар мамлакат илмий-техник ривожланишининг узоқ муддатли стратегияси доирасида глобал характерга эга. Хусусий илмий-техник прогнозларни ишлаб чиқариш жараёнида прогнозлаштириш объекти сифатида ИТТнинг турли йўналишлари ҳамда инновацион циклнинг асосий босқичлари қатнашиши мумкин. Перспектив (5-10 йил) ва йиллик хусусий илмий-техник прогнозлар ИТТни давлат томонидан тартибга солишда муҳим рол ўйнайди. Улар бошқаришнинг барча даражаларида ишлаб чиқарилиши мумкин (мамлакатнинг туризм хўжалиги, республика, вилоят, тармоқлараро комплекс, тармоқ, ташкилот). Давлатнинг мақсадли илмий-техник дастурлари умумдавлат

ва тармоқлараро характерга эга бўлган энг перспектив илмий-техник йўналишларнинг муҳим муаммолари бўйича ишлаб чиқарилади. Бу дастурлар техниканинг янги авлодларини ва базавий технологияларни яратишга йўналтирилган бўлиб, янгиликларнинг бутун инновацион циклини ўз ичига олувчи 10-15 йил муддатига ишлаб чиқарилади. Марказий, тармоқ, регион ва давлатлараро илмий-техник дастурлари мавжуд.

Давлатнинг илмий-техникавий сиёсати шу давлатнинг илмий ва илмий-техник фаолиятига бўлган муносабатни ифодалайди ҳамда илм, техника ва илмий-техник ютуқларини амалга ошириш соҳасида Ўзбекистон давлат ҳукумат органлар фаолиятининг шакли, йўналиши ва мақсадларини аниқлаб беради.

Унинг асосий мақсадлари қуйидагилар:

- 1) Илмий-техник потенциални ривожлантириш, рационал жойлаштириш ва самарали фойдаланиш.
- 2) Моддий ишлаб чиқариш соҳасида прогрессив тузилмавий ўзгаришларни таъминлаш, унинг самарадорлигини ва маҳсулот рақобатбардошлигини ошириш.
- 3) Давлат иқтисодиётини ривожлантиришда илм ва фан-техниканинг ҳиссасини ошириш, муҳим ижтимоий масалаларни амалга ошириш.
- 4) Мамлакат мудофаа кучларини мустаҳкамлаш.
- 5) Экологик муҳитни яхшилаш ва бошқалар.

Бозор иқтисодиёти шароитларида асосий масалалардан бири, илмий-техник фаолиятни молиялаштириш принцип ва омилларидир. Ўзбекистонда илмий ва илмий-техник фаолиятни молиялаштириш қонунчилик асосида унинг мақсадли мўлжалига ва молиялаштирувчи омилларнинг кўплигига асосланади.

Фундаментал илмий изланишлар асосан, марказий бюджет маблағлари ҳисобидан молиялаштирилади. Марказий илмий-техник дастурлар, асосий изланишлар ва экспериментал янгиликлар, марказий

бюджет маблағлари, илмий-техник фаолиятни қўллаб-қувватлаш фонди маблағлари ҳамда қатнашиш улушига қараб ташкилотлар, уюшмалар, банклар ва бошқа хўжалик субъектлар ҳисобидан молиялаштирилади.

Регионал аҳамиятга эга бўлган ишлар Ўзбекистон субъектларининг бюджети, маҳаллий бюджет, регионал фондлар ва қатнашиш ҳиссасига қараб ташкилотлар, уюшмалар, банклар ва бошқа хўжалик субъектлари маблағлари ҳисобидан молиялаштирилади.

Шунингдек, Ўзбекистонда давлат, нодавлат ва халқаро илмий ва илмий-техник фаолиятни қўллаб - қувватлайдиган фондлар фаолият кўрсатади. Илмий ва илмий-техник фаолият грантлар ҳисобига ҳам амалга оширилиши мумкин.

9-мавзу. ТУРИЗМНИ ИҚТИСОДИЙ ЮКСАЛИШИНИ ПРОГНОЗ ҚИЛИШ (4 соат)

режа:

9.1. Туризмда иқтисодий юксалиш ҳақида тушунча, уларни тиллари ва моделларини прогноз қилишда фойдаланиши

9.2. Макроиқтисодий кўрсаткичларни юксалтирувчи омилларни прогноз қилиш

9.1. Туризмда иқтисодий юксалиш ҳақида тушунча, уларни тиллари ва моделларини прогноз қилишда фойдаланиши

Туризм иқтисодиётида ўсишга кўп омиллар таъсир этади, шулардан асосийлари: таклиф омили, талаб омили ва тақсимот омили.

Таклиф омилларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ✓ Табиий ресурсларнинг миқдори ва сифати (ер, қазилма бойликлари, об-ҳаво ва бошқалар): табиий шароит қанча яхши бўлса, мамлакат иқтисодий ўсишига шунча имкониятлар юқори бўлади;

- ✓ Меҳнатга лаёқатли аҳолининг миқдори ва сифати; бунда боғлиқлик тўғридан-тўғри бўлиши мумкин;
- ✓ Асосий капиталнинг мавжудлиги;
- ✓ Маҳсулот ишлаб чиқаришга таъсир этувчи технологиялар даражаси.

Талаб омилларига жамиятнинг умумий талабини маҳсулот ишлаб чиқариш орқали ўстирувчи ўсишни рағбатлантирувчи омиллар киради:

- ❖ Иш ҳақи канча юқори бўлса, талаб шунча юқори;
- ❖ Давлатнинг фискал сиёсатида - солиқлар канча юқори бўлса, иш ҳақи шунча паст, шу билан бирга, талаб канча паст бўлса, иқтисодий ўсиш юқори;
- ❖ Жамғармага нисбатан аҳоли мойиллиги ҳам ҳақиқий талаб ҳисобланади, бу дегани иқтисодий ўсишдир.

Омиллар таъсирига қараб иқтисодий ўсиш моделлари тузилади. Уларнинг 2 хил кўриниши мавжуд, яъни 2 омилли ва кўп омилли. Кўп омилли модел барча омилларни ўсишига таъсир қилади. Барча омиллар таъсирини умумий ҳолдаги ифодаси ишлаб чиқариш функциясини эгри чизиғи кўринишидаги ифодаланишидир. Бу функция турли омилларни вариантлар кўринишида маҳсулотлар ишлаб чиқаришдир.

Таклифга таъсир этувчи турли омиллар таъсирининг ўсиши ишлаб чиқариш функциясини ўнгга ёки чапга сурилишига сабаб бўлади (миқдорнинг ўсиши, ресурслар сифатини яхшиланиши ва илмий техника таррақиёти келажакда иқтисодий ривожланиш шароитларини сақлаб қолиш учун вақтинчалик функциялар билан ишлаб чиқариш динамикасини прогнозлаштиришда топилган баҳолар ёки алоҳида омиллар экстрополяция қилинади. Экстрополяция моделларини 5 йилдан 7 йилгача қўлланилиши кўпроқ фойдали ва яхши натижа беради. Бу усуллар узок муддатга қўлланилганда аниқлик даражаси камаёди.

Республикада қатъий монетар сиёсатини юритилиши, шунингдек пул агрегатларини бозор механизмлари орқали бошқариш ва уларни тартибга

солиш, инфляция даражаси ва унга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва уларни бартараф этиш бўйича қабул қилинган тезкор чоратadbирларнинг амалга оширилиши натижасида баҳолар ўсиши паст даражада бўлиши таъминланади.

Шу билан бирга, реал ишлаб чиқариш ҳажмининг юқори суръатлар билан ўсиши ҳамда пул массасининг ЯИМга нисбатан мутаносиб равишда ошишининг таъминланиши истеъмол баҳолари индексининг белгиланган кўрсаткичлар доирасида бўлишида ўз аксини топади.

9.2. Макроиктисодий кўрсаткичларни юксалтирувчи омилларни прогноз қилиш

Макроиктисодий даражада иктисодий прогнозларни тузишда иктисодий - математик моделлар кенг қўлланилади. Буларга бир ва кўп омилли иктисодий ўсиш моделлари, МДни тақсимлаш моделлари, таркибий тармоқ ва асосий фондларни қайта тиклаш моделлари, инвестицион оқим ҳаражати модели, турмуш даражаси ва истеъмол таркиби моделлари, кенгайиб бораётган эко сиёсат модели, иш ҳақи ва даромадларни тақсимлаш моделлари киради.

Туризм хўжалиги балансини прогнозлаштиришни мукаммалаштиришнинг муҳим йўналиши иктисодий ўсишнинг асосий параметрларини прогнозлаштиришни диверификацион - статистик ёндашиш динамик вақт қатори маълумотларидан максимал фойдаланишга асосланган ҳолда уларнинг ҳақиқий иктисодий жараёнлар билан мослигини ва баҳоланаётган шароитлар маъносини текширишни кўзда тутади. Иктисодий прогнозлаштириш макроиктисодий моделлар тизимида бу усулдан фойдаланиш туризм хўжалигининг баланслаштирилганлиги, таркибий ва омилли жиҳатларини ўрганиш ва уларнинг оптималлик принципи асосида синтезлаш билан боғлиқ.

Туризм хўжалиги баланслаштирилган омили жиҳатидан хизматни чиқарувчи объект ҳамда ишлаб чиқариш омиллари харажатлари (асосий

фондлар ва меҳнат ресурслари) орасидаги боғлиқликка асосланади. У ишлаб чиқариш омиллари орасида маълум миқдорда маҳсулот ишлаб чиқаришни таъминлаб турувчи пропорцияни аниқлашга бориб тақалади.

Баланслаштирилганлик (вақт оралиғи) жиҳати ишлаб чиқариш омиллари сарфларини вақт бўйича тақсимлаш ва улар ўзаро боғлиқлигида эришиладиган самарага асосланади. Асосий вақт оралиғи хусусиятлари асосий фондларни қайта тиклаш билан боғлиқ. Вақт оралиғида баланслашишга эришиш услуги харажатлар ва улар келтирадиган самаранинг кечикиб келишини ҳисобга оладиган тенгламалардан фойдаланишга асосланган ҳамда асосий фондларни, такрор ишлаб чиқариш жараёнини аниқловчи вақт оралиғига боғлиқ кўрсаткичларнинг ўсиш суръатини ҳисобга олиш билан боғлиқ. Ушбу усул асосий фондларнинг қайта ишлаб чиқариш жараёнини, вақт оралиғи хусусиятларини ифодаловчи, нарх индексларини, капитал қўйилмалар ва асосий фондларнинг тушиш ва чиқиб кетиш манбалари ва миқдорини ҳисоблаш ва кечикиш усуллари билан фарқланувчи моделлар гуруҳини тузиш имконини беради.

Баланслаштирилганликнинг таркибий жиҳатидан ижтимоий қайта ишлаб чиқаришни биринчи ва иккинчи бўлимлари орасидаги пропорциялар ҳамда тармоқлараро таркибий моделлар ишлаб чиқариш фондлари, ишлаб чиқариш қўйилмалари ва меҳнат ресурсларининг тармоқ структурасини прогнозлаш тизимидан кенг фойдаланилади.

**10-мавзу. ТУРИЗМДА РЕСУРСЛАРГА БЎЛГАН ТАЛАБНИ
ПРОГНОЗ ҚИЛИШ (4 соат)**

режа:

10.1. Туризмнинг фаолият соҳасида моддий - техник ресурсларга, кадрларга, туристик ресурсларга бўлган талабни прогноз қилиш

10.2. Туризмни меҳмонхонадаги ва ресторанлардаги бўлган жойларга талабни прогноз қилиш

10.1. Туризмнинг фаолият соҳасида моддий - техник ресурсларга, кадрларга, туристик ресурсларга бўлган талабни прогноз қилиш

Тармоқнинг узоқ муддатли (перспектив) талаби, ҳажми ва ишлаб чиқариш структурасини белгилашда улар учун керакли бўлган туризм хизматлари, меҳнат ва молиявий ресурсларни прогноз қилиш керак.

Ушбу талаб ҳисобининг асосини тармоқ маҳсулот бирилиги, ресурс ҳажми, меҳнат ҳажми ва жамғарма ҳажми каби кўрсаткичлар ташкил этади. Ҳисоботлар натурал ҳамда қиймат шаклида кўрсатилади.

Тармоқнинг туризм ресурсларига талаби маҳсулот ишлаб чиқарилиши учун керакли моддий ресурсларнинг қиймат шаклидаги ҳаражатларини ўз ичига олади.

$$\sum_{j=1}^n a_{ij} x_j = B_j$$

Прогнозlash davri ichida L_t tarmogida mahsulot birligi uchun mehnat harajatining kamaytirilganligi hisoblanishi:

$$L_t q L_0 E$$

L_0 - mahsulotning bazaviy mehnat hajmi (sanoatdagi mehnat resurslarining o'sish sharoitida PT ning oshib ketishi muammosi muhim ahamiyat kasb eta boshlaydi)

Bu holda ishchi kadrlarga bo'lgan talab

$$T_t q L_t X_t$$

X_t - prognoz qilinayotgan mahsulotning ishlab chiqarish hajmi.

Mehnat resurslariga bo'lgan talab prognozi prognoz ko'rsatuvchilariga bogliq. Mahsulot mehnat hajmi va PT sanoatdagi mehnat resurslarining o'sish sharoitida PTning oshib ketish muammosi muhim ahamiyat kasb eta boshlaydi.

$$PT = \frac{T}{T + T_3}$$

Rejalashtirilayotgan-PG ning o'sishi %.

T_3 - qo'llanishi mumkin bo'lgan ishchilar soni;

T-prognoz davrida bazis ishlab chiqarishni sohalashda PPPning ko'rsatkichi.

Ptning o'sishi sur'atlari asosida Ye mahsulotiga bo'lgan mehnat harajatlarning 1000 so'mga kamayishi ko'zlanmoqda.

$$E = 1 - \frac{ITT}{100 + ITT} \quad \ddot{e}_{ku} F = \frac{100}{100 + ITT}$$

10.2. Туризмни меҳмонхонадаги ва ресторанлардаги бўлган жойларга талабни прогноз қилиш

Туризм иқтисодиётида тадқиқотлар комплекс илмий усуллардан фойдаланади, шу усуллардан асосийси сифатида баланс усулини кўрсатиш мумкин.

Тармоқ ва туристик балансларни тузишда тармоқларaro тўғри муносабатларни ўрнатиш бозорга мутахасислаш, ҳудудий комплексларни тўлдириш яъни етакчи тармоқларга шу билан бирга аҳоли эҳтиёжи ва хизмат кўрсатиш тармоғига бўлаган истеъмолни таъминлаш.

Баланслар шунингдек, ҳудудларaro ва ҳудуд ичидаги рационал алоқаларни келтириб чиқаришда муҳимдир. Корхонани жойлаштиришнинг

иқтисодий асосида баланс усули ётади (корхонани қуришга жой танлаш, уни хом ашё билан таъминлаш ҳисоби, шунингдек, ёқилғи, энергия, сув, ишчи ва бошқа ресурслар билан таъминлаш ҳисоби). Худудий иқтисодиётни асосини худудий ишлаб чиқариш баланси ва асосий маҳсулот турлари истеъмоли ташкил қилади.

Тармоқ ва худудий баланснинг тузилиши худудни комплекс ривожлантиришга ёрдам беради. Тизимли таҳлил - бу илмий изланиш услубидир.

Бунинг ёрдамида муаммоларни комплекс ўрганиш, хўжалик структураси ва ички ўзаро алоқаси уларни бир-бирига таъсири билан тўлдирилади ва ҳал қилувчи ҳулосалар тўғри ва қайтувчи алоқалар ёрдамида чиқарилади. Тизимли таҳлил кўп қиррали таҳлилдир, қайсики у мақсадни қўйилишидан бошлаб масалани аниқлашиши, илмий гипотезани шакллантириш, ишлаб чиқаришни жойлаштиришни энг мақбул йўлини топишни ўрганиш поғоналарини ишлатади. Бунда энг мақбул самаралилик ҳисобланади, бу аҳоли эҳтиёжларини энг кўп қондиришдир. Бозор шароитида ишлаб чиқариш кучларини жойлаштириш ва худудлар хўжалигини ривожлантириш муаммолари янада қийин бўлиб, тармоқ ва худудий алоқаларни эса бошқариш янада қийинлашиб бормоқда. Шунинг учун асосий муаммоларни ечиб боровчи иқтисодий математик моделларни ишлаб чиқиш ва тадбиқ қилиш эҳтиёжи туғилмоқда.

Маълум тармоқ бўйича жойлаштиришни моделлаштиришни кўриб чиқамиз.

Худудларни хўжалик комплексини шакллантиришни моделлаштириш Иқтисодий математик ва компьютерлардан фойдаланиш энг кам меҳнат ва вақт сарфлаб кўп маълумотларни кўриб чиқишга ҳамда қўйилган мақсад вазифаларда энг мақбул ечимни топишда ёрдам беради. Натижалар эса келажакда ўрганиш ва тушуниш учун керак бўлади.

Шунингдек худудий иқтисодиётда статистик усуллар (статистик маълумотлар асосида индексларни ҳисоблаш) ишлатилади, бундан

ташқари, танлама кузатиш услубидир. Бозор шаклланишининг янги шароитида ҳудудий таъминлаш иқтисодий ва ижтимоий ривожланиш жуда долзарб ҳисобланади. Шунинг учун, асосий мақсад ҳудудий ривожланишнинг бошланиш нуқтаси, табиий ресурслар салоҳияти, ҳудудий демографик, иқтисодий, ижтимоий ва экологик муаммоларни ўрганиш ҳисобланади.

Асосий йўналиш горизонтал алоқаларни ўрганиш ҳисобланади, қайсики, маълум даражада Республика ва унинг ҳудудлари ижтимоий-иқтисодий ривожланишига таъсир қилувчи МДХ мамлакатлари ва унинг ҳудудлари орасидаги келишув асосида шаклланади. Шунинг учун, асосий масалалардан бири ҳудуд иқтисодиёти таркибини қайта ишлаб чиқиш, мамлакатлараро инфраструктура тизимини шакллантириш, маълум иқтисодий тизимни ҳудудлар яратиш ҳисоблаш ҳисобланади.

Шу тарзда, ҳудудий иқтисодиётни тадқиқ қилишда маълум бир алоҳида ҳудудга тақсимланадиган ҳамда жойлаштириладиган ишлаб чиқариш кучларини умумий ҳудудий муаммоларнинг тортишиш маркази билан ҳудудий даражасини боғлаган ҳолда амалга ошириш лозим. Бу ҳолатда тармоқларда қайта ишни ҳисобга олиш лозим, айниқса, бу мамлакат иқтисодиётининг асосий тармоқларига тегишли бўлса. Улар ҳудудий иқтисодиётнинг келажакдаги йўналишини аниқлашда мўлжал бўлиб хизмат қилади.

Туристик тадқиқотлар асосида генерал схемага асосланган иқтисодий ва ижтимоий ривожланишни прогнозлаш ётади. Иқтисодий таҳлилнинг муҳим йўналиши сифатида ҳудудий ресурслардан фойдаланиш рационаллигида бозорга ихтисослашишини аниқлаш ва ҳудуд хўжалик комплексини шакллантиришдир.

11-мавзу. ТУРИСТЛАРГА ХИЗМАТ ҚИЛИШ ЭҲТИЁЖИНИ ПРОГНОЗ ҚИЛИШ (4 соат)

режа:

11.1.Туризмдаги тижорат, спорт каби эҳтиёжларини прогноз қилиш

11.2. Соғломлаштиришни прогноз қилиш

11.3. Маданиятни тараққий эттиришни прогноз қилиш

11.1. Туризмдаги тижорат, спорт каби эҳтиёжларини прогноз қилиш

Ишлаб чиқаришга боғлиқ бўлмаган энг муҳим соҳалардан бири аҳолига туризмда хизмат кўрсатишдир. Аҳоли хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш, хизмат турлари ва ҳажмларининг орттириш, буюртмаларнинг муддатларини қисқартириш бўйича зарурий тадбирларни ишлаб чиқишда аҳоли талаб этаётган у ёки бу прогнозлар муҳим рол ўйнайди.

Туристик хизматлар учун прогнозларни ишлаб чиқиш услубиётида аҳоли талабини аниқловчи омиллар доирасини аниқлаш мураккаб масаладир.

Талабга таъсир этувчи омиллар аниқ хизмат кўрсатиш гуруҳларига қараб қатор сабабларга боғлиқ. Бу ерда, туристларнинг ётиш, дам олиш, саёҳатдан завқ олиш, сувинерлар сотиб олиш, транспорт хизматида фойдаланиш кабилар кириши мумкин.

Туристик хизмат кўрсатишни прогнозлаштиришда турли усуллариининг қўлланилиши маълум. Энг кўп тарқалганлари қуйидагилар:

- ✓ меъёрий,
- ✓ экстрополяция,
- ✓ иқтисодий математик моделлаш.

Меъёрий усул асосида илмий асосланган меъёрлар тизими ётади ва у аниқ бир хизмат турларига келажакда бўладиган талабаларни аниқлашга имкон беради.

Янада кенг тарқалган туристик хизматга бўлган талабни прогнозлайдиган усул корреляцион-регрессион таҳлил усули бўлиб, у ўта аҳамиятли қиймат омилларига эга бўлган талабларни шакллантиради.

Бир омилли моделлар нисбатан содда моделлар ҳисобланади.

Сўнгра чизикли боғланишлар ва моделнинг адекватлиги мавжудлигини маълум меъзонлар орқали аниқлаймиз. Таҳлил чизикли бўлмаган боғланиш мавжудлигини кўрсатади.

11.2. Соғломлаштиришни прогноз қилиш

Соғломлаштириш прогнозини ишлаб чиқишда норматив турдаги моделни қўллаш мақсадга мувофиқ. Соғломлаштиришни прогнозлаш учун асосий даража ҳудудга келадиган туристлар сонини ва аҳолига тиббий хизмат кўрсатиш меъёрлари прогнозини аниқловчи тенглама ҳисобланади.

Тиббий хизмат кўрсатиш даражасини характерловчи асосий кўрсаткичлар қуйидагича: касалхоналардаги ўринлар сони; врачлик лавозимлари сони, аҳоли орасида тиббий муассасаларга ташриф буюрувчилари сони, дорихоналар сони, дам олиш муассасаларининг ривожланганлиги. Масалан, аҳолининг тиббиёт кадрлари билан таъминланганлиги прогноз қийматини аниқлаш керак бўлсин. Буни мураккаб бўлмаган йўл билан ҳал этиш мумкин.

1.Туристлар сонининг прогнозини ва 1 минг ёки 10 минг кишига меъёрлар асосида тўғри келадиган врачлар сони (шунингдек, йиллар ва мутахассислар бўйича) прогнозини аниқлаш.

2. Мавжуд иқтисодий-математик моделларни қўллаш орқали.

Бу ерда ҳам меъёрларни билишимиз зарурдир.

11.3. Маданиятни тараққий эттиришни прогноз қилиш

Маданиятни тараққий эттириш прогнозлари ва дастурларида маданий-маърифий муассасаларни (клублар, кутубхоналар, маданият уйлари ва бошқалар) ривожлантириш масаласи қўйилади.

Бошланғич қийматлар қуйидагича:

- маданий муассасалар билан аҳолининг таъминланганлиги;
- шаҳар ва қишлоқ аҳолисининг ўсиш сони;

-шаҳарлар сонининг ўсиши;

-маданий муассасаларнинг моддий базаси ҳолати ва улардан фойдаланиш даражаси.

Таъминланганлик меъёрлари, яъни сақланаётган ҳар минг боғ ёки 1 кутубхонага 700 киши, 1 клуб учун 1000 киши, шунингдек, шаҳар аҳолиси сонига нисбатан хиёбонлар (боғлар) ва бошқалар ҳисобига кўра прогноз амалга оширилади.

Ижтимоий ривожланиш ва турмуш даражасини кўтаришни прогнозлашнинг асосий масаласи энг аввало аҳолининг келажакдаги талаб эҳтиёжларини аниқлаш ва уларни қондириш имкониятларини ҳисоблашдир.

Бу соҳа прогнозлари тизимини умумий боғланишни ва мантикий кетма - кетлик бўйича прогнозлар ишлаб чиқишни таъминловчи комплекс кўрсаткичларга асосланади.

Эҳтиёжни ва чакана тоовар айирбошлаш прогнозлари турмуш даражасининг кўтарилиши ва истеъмол билан чамбарчас боғлиқ. Талаб ва чакана товар айирбошлашни прогнозлашда асосан корреляцион - регрессион таҳлил усулидан фойдаланилади.

Туристик хизматни прогнозларини ишлаб чиқишда мураккаб муаммо бўлиб аҳолини талабини аниқловчи омиллар ҳисобланади. Тиббиётни прогнозларини тузишда норматив турдаги моделлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

**12-мавзу. МЕҲМОНХОНА КОМПЛЕКСИНИНГ
РИВОЖЛАНИШИНИ ПРОГНОЗ ҚИЛИШ (4 соат)**

режа:

12.1. Меҳмонхона хўжалигини жойлаштириш ва ривожлантиришни прогноз қилиш

12.2. Туристларга меҳмонхона хизматлари талабини омилли усул орқали прогноз қилиш

12.3. Меҳмонхоналарни ижтимоий - иқтисодий ривожланишини прогноз қилиш

12.1. Меҳмонхона хўжалигини жойлаштириш ва ривожлантиришни прогноз қилиш

Ҳозирги кунда Ўзбекистонда сайёҳларни жойлаштириш базаси 1000 га яқин меҳмонхонадан иборат. Меҳмонхоналар базаси таркибида икки юлдузли тоифага мансуб объектлар устунлик қилади - объектлар сони бўйича 51% ва ўринлар сони бўйича 41,7%. Аттестацияга жалб этилмаган объектлар 46,7 ва 19,3% ни ташкил этади. Юқори даражадаги маиший қулайликларга эга объектлар сони миқдори бўйича 13% ни, сиғимдорлиги бўйича 20,6% ни ташкил этади.

Мулкдорлик ва ташкилий шакллар бўйича меҳмонхона мажмуаси кўйидаги гуруҳларга бўлинади:

- давлат қўшма корхоналари шаҳарлар мулки саналади ва асосан 3-4 юлдузли тоифага эгадир;
- хорижий сармоялар иштирокидаги қўшма корхоналар тоифаси одатда 4-5 юлдузли;
- ҳиссадорлик жамиятлари ва масъулияти чекланган жамиятлар асосан 2 -3 юлдузли.

Меҳмонхонанинг мулкдорлик ва бошқарувнинг у ёки бу шаклига мансублиги бозордаги мавқеига таъсир ўтказди ва бу шундай белгиланади:

- ❖ энг сўнгги замонавий талаблар асосида қайта қуришга маблағларни жалб этиш имкони;
- ❖ бозордаги ўз хизматларининг ҳаракатланишини илғорлаштириш имкони;
- ❖ корпоратив миждозларни (яъни меҳмонхонада анжуманлар ёки бошқа бир шаҳар тадбирларини ташкил этиш) жалб этиш имкони;
- ❖ меҳмонхона иш юкланмаси, демак, рентабеллиги.

2004 йилдаги меҳмонхоналар жойларининг умумий сони 17589 тадан 2008 йилда 14485 тагача қисқарди. Мабодо хусусий сектордаги меҳмонхона ўринлари сони 344 тага ортган бўлса, давлат корхоналари 3448 та ўринни ёки 2004 йилда уларнинг жами ўринлари 43% (8075)дан маҳрум бўлиб қолди. Шундай қилиб, бозор тебранишлари шароитида хусусий меҳмонхона бизнесининг ҳар томонлама афзаллиги шак-шубҳасиздир.

Бугунги кунда бир қанча биноларга эга бўлган меҳмонхоналарнинг аксил йириклашув жараёни кечаётир. Янги ташкил қилинган корхоналар одатда 150-200 ўринга эга бўлиб, бошқарувда анча мослашувчан ва бутун бошли мажмуага қараганда фойдаланиш учун камроқ харажат талаб қилади. Умумжаҳон тузилмасида эса кичик меҳмонхона корхоналари ҳиссасига бутун меҳмонхона фондининг қарийб 40% тўғри келади. Яна 25% ни жойлаштиришнинг турар жой сектори ўзига қабул қилади.

Ўзбекистонда кичик меҳмонхоналарнинг долзарб эканлиги, шаҳар тарихий муҳитига қайта жон бағишлаган ҳолда биноларни томошабоп объектларга яқинлаштиришга имкон беришида ўз ифодасини топади. Ҳозирги вақтда кичик меҳмонхоналар тармоғини барпо этиш нафақат аксил йириклашув негизида, балки шаҳар марказидаги тубдан қайта таъмирланаётган бинолар ва ётоқхоналар ҳисобига ҳам содир бўлмоқда.

Жаҳон амалиётида меҳмонхона бизнесининг замонавий тараққиёти меҳмонхона хизматлари бозорида юзага келувчи нархларга боғлиқ ҳолда миждозга кўп вариантли меҳмонхона хизматини ҳавола этади. Ҳар йили

оммавий ахборот воситалари мазкур сервис фаолиятининг янги шакллари ҳақида хабар қилади.

Бинобарин, юз йил муқаддам жойлаштириш корхоналарининг атиги икки тури мавжуд эди, чунончи:

- жамият олий қатламлари намояндалари учун муҳташам отеллар;
- қолган барча учун мусофирхоналар.

Йўлда вақтини ўтказишга мажбур бўлганлар учун танлаб оладиган бошпана деярли йўқ эди. Ҳозирда меҳмонхона маҳсулотлари истеъмолчисига муҳташам отель ўртача меҳмонхоналардан то мотеллар ва кемпингларгача бўлган жойлаштириш корхоналари хизматга шайдир. Ҳар бир киши таъбига қараб ўзи учун оптимал вариантни танлаши мумкин.

Меҳмонхона сервиси корхоналарининг хилма-хиллиги ва уларнинг вақти-вақти билан ўзгариб туриши жойлаштириш корхоналари типлари ва таснифини ғоят шартли қилиб қўяди.

Ҳозирги пайтда меҳмонхона корхоналарининг 9 типи жаҳондаги кўплаб давлатларга хос ва улар 7 та турли категориялар бўйича ажратилади.

Замонавий меҳмонхоналар ўзига хос тузилиши, маиший қулайликларининг даражаси, фойдаланиш режими (йил бўйи ёки мавсумий), жойлашув ери (шаҳар, курорт ва ҳоказо), уларда яшаб туриш муддати, озиқ - овқат билан таъминланиши ва нархлар даражаси билан бир-биридан фарқланади. Ана шу омилларнинг барчаси лойиҳалаштириш жараёнида инобатга олинади ва меҳмонхоналар хоналари таркибига ҳамда бинонинг меъморий-режавий тузилмасига таъсир ўтказади.

12.2. Туристларга меҳмонхона хизматлари талабини омилли усул орқали прогноз қилиш

Меҳмонхона бозори ўз хусусиятларига эга, меҳмонхона хизмати эса одатдагидан фарқланувчи товардир. Амалда кўчмас мулк билан иш кўришга тўғри келади. Меҳмонхона номерини сотув пайтида бир жойдан иккинчи бир

жойга кўчириш мумкин эмас. Аслида номернинг ўзи эмас, балки маълум бир вақтга уни эгаллашга бўлган ҳуқуқлар сотилади.

Меҳмондўстлик индустрияси учун ўта хос бўлган кўпгина вазиятларда хизмат таклиф этилиши уни кўрсатадиган одам ҳозир бўлиб, иштирок этишини талаб қилади.

Меҳмонхона фаолиятининг бошқа бир жиҳати шундаки, нафақат хизматчилар, қолаверса мижозлар ҳам хизмат кўрсатилиши мумкин бўлган мажбурий шартларни билмоғи лозим. Ана шу асосда кўпинча қайси бир хизматлар учун олдиндан, ва қайсиларига кўрсатилганидан кейин ҳақ тўлашлари лозимлигини билмайдиган мижозлар билан англашилмовчиликлар юзага келади. Меҳмонхона хизматларини ташкиллаштирувчи менежерлар нафақат ўз хизматчиларини, балки, мижозларни ҳам бошқариши лозим, меҳмондўстлик саноати хизматларининг ана шу хусусияти хизмат манбаи ва субъектидан ажратилмаслигида ифодаланади.

Меҳмондўстлик соҳаси хизматларининг ўзгарувчанлиги билан фарқланади. Уларнинг мазмуни уларни ким ва қандай шароитда кўрсатишига боғлиқ бўлади. Меҳмонхона хизматлари ўзига хос жиҳати уларнинг мунтазам эмаслигида саналади.

Ана шу ўзгарувчанликнинг бир қанча сабаблари бор. Биринчидан, бу хилдаги хизматлар бир вақтнинг ўзида кўрсатилади ва қабул қилинади, бу нарса уларнинг сифатини назорат қилиш имкониятини чеклайди. Талаб ошиб кетган даврда унинг вақтинчалик беқарорлиги хизмат кўрсатиш сифатини сақлашни муаммоли қилиб қўяди. Кўп нарса хизматларни кўрсатувчининг улар кўрсатилаётган палладаги ҳолатига боғлиқ бўлади.

Айнан бир одам бугун сизга ажойиб, эртага эса ёмон хизмат кўрсатиши ҳам мумкин. Ёмон хизмат кўрсатиш сабаблари ҳам турлича бўлади: ёмон кайфият, касаллик, оилавий муаммолар ва ҳоказолар. Хизмат сифатининг ўзгарувчанлиги - мижозлар томонидан меҳмондўстлик индустриясига нисбатан эътирозларининг бош сабабидир.

Хизматларни йиғиб боришнинг иложи йўқ. Шундай бўлса-да меҳмонхоналар ўз иш фаолиятида жорий талабга боғлиқ бўлади, бу эса ҳар қандай вақтдан қатъи назар хизматлар кўрсатишга оид доимий ишлашни (тайёрликни) шартлаб қўяди, яъни улар узлуксиз ишлаши лозим.

Фақат 60 та хонасига меҳмонлар тўлиқ жойлашган 100 хоналик меҳмонхона, барча хонани мижозларга топширишининг иложи йўқ.

Топширилмаган 40 хонадан кўрилган талафот - ўрни тўлдирилмайдиган талафотдир. Ана шундай "тез бузилувчи" маҳсулот билан савдо қилгани туфайли, ҳатто мижозлар бундан фойдаланмаган тақдирда ҳам номерларни бронлаштириш ва оддий номерлар учун ҳам меҳмонлардан ҳақ олишга мажбур бўладилар. Шундай қилиб, меҳмонхона хизматларининг бошқа бир хос жиҳати - уларнинг сақланиб турмаслигидир. Башарти, хизматларни кўрсатувчилар фойдани максималлаштиришни хоҳлашса, улар ўз имкониятлари ва жорий талаб ўртасида бир иложини топиши лозим, йўқса, талафот ўрнини қоплашнинг иложи бўлмайди.

Меҳмонхона хизматлари ва маълум бир жойга сафар (саёҳат) билан ўзаро бир-бирига боғлиқлик бошқа тармоқларда меҳмонхона хизматлари хусусиятларини ҳам характерлайди. Қоида тариқасида, маълум бир жойга сафар қилиш (бориш) муайян меҳмонхонага ташриф буюриш билан қатъий боғланмаган, балки бутунлай бошқа бир сабаблар бўйича амалга оширилади: кўнгил очиш, дам олиш, шифокорлар ҳузурига бориш ва ҳоказо. Бирок бундай кетма-кетлик нуқсонсиз меҳмонхона хизматларини тақдим этувчи меҳмонхона (меҳмонхоналар тармоғи) савдо маркаси билан потенциал мижоз аллақачон таниш бўлса, осонгина рад этилади.

Меҳмонхона хизматларининг яна бир хусусияти уларнинг тез ҳавола этилишидир. Меҳмонхона сервиси табиати имиллашни ёқтирмайди. Меҳмонхонадаги бирорта ҳам технология толиқтирувчи ва мижозлар вақтини ўғирлайдиган бўлмаслиги лозим. Мутахассислар хизмат кўрсатишнинг илғор технологияларини татбиқ этишни тавсия қиладилар. Мисол тариқасида Токио меҳмонхоналаридан бирининг ишини

келтирадиларки, бинобарин, унда келган меҳмонни расмийлатириш, олдиндан ҳақ тўлаш, калитларни олиш ва ҳоказоларга зарур бўлган максимал вақт 45 секунддан ошмайди. Кўпгина меҳмонхоналарда бу таомил 10-15 минутни банд қилади.

Меҳмонхона хизматларига бўлган талаб нотекис мавсумий характерга эгадир, шунинг учун ҳам келувчилар энг кўп бўладиган даврга мўлжалланган асосий фондларнинг етарлича захираси бўлиши лозим.

Коммунал корхоналарнинг асосий қисми улар жойлашган манзил доирасида истиқомат қилувчи аҳолига хизмат кўрсатади, меҳмонхоналар эса улар жойлашган манзилларга вақтинча келувчи истеъмолчига хизмат кўрсатади. Шу туфайли бошқа шаҳарлик ва хорижлик меҳмонларга хизмат кўрсатаётганда меҳмонхоналар нафақат турар жой ҳавола этиши, балки маиший мақсаддаги қўшимча хизматлар мажмуини таъминлаб бериши ҳам лозим, яъни меҳмонхоналар иши учун муҳим мезон бўлган сервис таъминланиши керак.

Тармоқ ишининг ўзига хослиги меҳмонхоналардан фойдалана олишни ташкил этишда ва меҳмонхона хўжалиги иқтисодиётида акс этади, чунки иш режими, қабул қилинган хизмат кўрсатиш турлари ва меҳмонхоналарни таснифлашнинг ўзига хослиги билан шартланган бўлади. Меҳмонхона корхоналари фаолиятининг айтиб ўтилган ўзига хосликлари замонавий меҳмонхоналарни лойиҳалаштириш ва аввалдан мавжудларининг қайта қурилиши қай даражада амалга оширилаётгани инобатга олинади. Меҳмонхона хизмати соҳасидаги иш бир қатор хусусиятларга эга бўлиб, улар орасида қуйидагиларни алоҳида таъкидлаш мумкин:

-битта меҳмонхона даргоҳида турли ихтисосдаги мутахассислар (5 тадан 9 тагача) ишлайди. Бунда амалда мижозга кўрсатиладиган ҳар қандай хизмат бир қанча хизматлар ҳамкорлигини талаб қилиб, турли ихтисосдаги ходимлар ҳаракатларини мувофиқлаштиришни тақозо этади. Мижозда юзага келадиган барча муаммолар ҳозиржавоблик билан отелнинг олий раҳбарияти аралашувисиз ҳал қилинадиган бир тарзда биргаликда ҳаракат қилиши лозим

бўлган турли хизматлар ва мутахассисларнинг муҳимлиги ҳам шундан келиб чиқади. У одатда ўзининг барча эътирозларини қабул қилиш хизматига баён қилади. Масалан, унинг эътирози номер йиғиштирилишидан келиб чиққан бўлса, бунда бевосита қабул қилиш хизматига бўйсунмайдиган номер фонди хизмати аҳволни тўғрилаши лозим. Турли хизматларнинг рисоладагидек ўзаро ҳамкорлиги ва ҳаракатсиз муаммони тез орада ҳал қилишнинг иложи ҳам йўқ;

- отелдаги аксарият оммавий касблар ходимлардан юқори малака талаб қилмайди. Шу боис хорижий меҳмонхоналарда ривожланаётган мамлакатлардан бўлмиш кир ювувчи, йиғиштирувчи ва ҳоказо касбларда ишлаётган муҳожирлар жуда кўп;

- меҳмонхона ходими, айниқса, миждлар билан бевосита мулоқотда бўладиган кишилар иши ниҳоятда турли-туман одамлар билан умумий тил топишиш маҳоратини талаб қилади. Чунки меҳмонхона қўноқлари орасида бадавлат ва қашшоқ, ёш ва қари, вазмин ва жиззак, ҳушёр ва маст, турли ихтисослар вакиллари, шу жумладан, криминал унсурлар ҳам учраб туради;

- меҳмонхона иши - ўзига хос узлуксиз ишлаб чиқаришдир: отел бир суткада 24 соат, бир йилда 365 кун ишлайди. Менежерлар иш куни нормалаштирилмаган ва бир кунда амалда ҳамма вақт 8 соатдан кўп бўлади (кўпинча бир ҳафтада 70 соатгача). Бунда олий даражадаги бошқарувчилар иши сўзлашув алоқаларнинг юқори улуши (бевосита ва телефон орқали) ва хатлару - ҳужжатлар билан ишлашга сарфланадиган нисбатан кўп бўлмаган вақт билан, шунингдек, у юқори асабий иш юкланмалари билан фарқланади. Менежер тезроқ қабул қилишни билиши ва кутилмаган ишларга, масалан, битта "президент" номерига талабгорлик қилувчи иккита муҳим шахснинг бир вақтда келишига ҳамиша шай туриши лозим. Шунинг учун ҳам Меҳмонхона менежерлари ошқозон-ичак яраси, гипертония, юрак етишмовчилиги сингари касбий хасталиклар, шунингдек, алкологизмдан азоб чекадилар. Умумий овқатланиш хизмати ходимида вазн ортиб кетиш хавфи ҳам мавжуд.

Турли мамлакатларда ўтказилган тадқиқот текширувларида меҳмонхона бошқарувининг афзал услуби ҳали аниқланмади: мутлақ авторитар услубнинг мисоллари муваффақиятли бўлса, демократик услуб мисоллари муваффақиятда улардан қолишмайди. Дарвоқе, миқдорий жиҳатдан авторитар услуб устунлик қилади. Бу ҳолат узок вақт меҳмонхона бизнеси оилавий бизнес бўлиб келгани билан изоҳланади: отелга оила бошлиғи раҳбарлик қилган, унинг қариндошлари - меҳмонхона ходимлари эса унга сўзсиз итоат этишлари керак эди. Махсус маълумотга эга бўлган дастлабки менежерлар фақатгина XX асрнинг 20-йилларида пайдо бўлди. Бу пайтга қадар эса меҳмонхона бошқарувчилар соф амалиётчилар бўлишган.

Шунингдек, отеллар бир-биридан кескин фарқ қилади ва шунинг учун ҳам, масалан, унча катта бўлмаган бизнес-отелда муваффақиятли ишлаётган менежер каттакон курорт комплексида ҳам шунчалик муваффақият билан ишлаши ва аксинча бўлиши мажбурий эмаслигини алоҳида таъкидлаб ўтиш лозим.

12.3. Меҳмонхоналарни ижтимоий - иқтисодий ривожланишини прогноз қилиш

Меҳмонхона - бу бутун кун давомида мураккаб технологик жараён содир бўлувчи бино (ёки бинолар мажмуи) бўлиб, унда мижозларга номерлар (ёки номерлардаги жойлар) берилиши, шунингдек меҳмонхона маҳсулидан шинам, қулай ва хавфсиз фойдаланишга йўналтирилган қўшимча хизматлар кўрсатилиши кафолатланади.

Меҳмондўстлик индустриясига тадбиқан меҳмонхона деганда, одатда, бошқа жойдан меҳмон бўлиб келган кишилар учун вақтинча яшаб туришга мўлжаллаб қурилган махсус бино тушунилади. Сўнгги йилларда нашр этилган илмий адабиётларда меҳмонхонанинг хизматлар кўрсатиш учун мўлжалланган мулкый мажмуа (бино, бинонинг бир қисми, жиҳозлар ва ўзга мол-мулк) сифатидаги тавсифига ҳам дуч келиш мумкин.

Меҳмонхона корхонасининг асосий (мажмуа яратувчи) хизматлари жойлаштириш (номерлар бериш, шу билан боғлиқ бўлган хизматлар

кўрсатиш) ва овқатланиш (ишлаб чиқариш, савдо ва хизмат кўрсатиш бирикмаси сифатида) ҳисобланади. Мажмуа яратувчи бу икки хизматдан ташқари, меҳмонхона корхоналари бошқа бир қанча хизматлар ҳам кўрсатади. Уларнинг қаторига конференц-заллар, кимёвий тозалаш, автомобилларни ижарага бериш, фитнес-марказларнинг хизматлари ва ҳоказоларни киритиш мумкин.

Ўз фаолиятининг мақсадига ва хизматлар кўрсатиш даражасига қараб жойлаштириш воситалари турли хил (майдони, интерьери, жиҳозланиш даражаси ва шу кабилар билан фарқ қиладиган) номерлар ва сифат даражаси турлича бўлган хизматлар таклиф қиладилар. Бу омиллар мақомни юксалтириш, бошқалар фонида ажралиб туриш имкониятини беради. Хизматлар кўрсатишнинг айна шу хусусиятлари қуйида кўриб чиқиладиган таснифлаш тизимларига асос бўлган.

Жойлаштириш, овқатланиш хизматлари ва қўшимча хизматлар яхлит бир бутунни ташкил этади, бир-бири билан боғланади ва корхона қиёфасини шакллантиради.

Менежментда меҳмонхона таклифлари мажмуини белгилаш учун "меҳмонхона маҳсулоти" тушунчаси қўлланилади. Бу тушунчани меҳмонхонанинг мижозларга муайян хоссаларга эга бўлган ва уларнинг эҳтиёжларини қондира оладиган хизматлар кўрсатиш борасидаги фаолиятининг моддий, техник, инсоний, ахборот, вақт ва бошқа жихатлари мажмуи сифатида тавсифлаш мумкин. Бу ерда шуни эътиборга олиш лозимки, моддий хизматлар (номерлар, таомлар ассортименти ва бошқалар) дан ташқари, номоддий хизматлар, чунончи: муҳит яратиш, сервис ва ҳоказолар ҳам мавжуд.

Меҳмонхона маҳсулотлари таснифининг икки тури фарқланади:

А) биринчи - горизонтал (структуравий) тасниф:

- ❖ асосий маҳсулотлар (меҳмонхона корхонаси фаолиятининг асоси ва даромаднинг асосий манбаи ҳисобланадиган маҳсулотлар ва хизматлар:

аксарият меҳмонхоналар учун бу номерлар тақдим этиш, конгресс-отеллар учун эса - турли хил тадбирлар ўтказиш);

❖ йўлдош маҳсулотлар (асосий маҳсулотлардан фойдаланиш жараёнига ва даромадни кўпайтиришга кўмаклашади, бундай маҳсулотларга кимёвий тозалаш, пардоз-андоз салонлари ва бошқа хизматларни киритиш мумкин);

❖ кўшимча маҳсулотлар (мижозлар кўз ўнгида асосий маҳсулотнинг жалб қилувчанлик даражасини оширишга хизмат қилади, рақобатда устунликка эришиш омили ҳисобланади ва асосий маҳсулотни позициялаштиришга ёрдам беради, масалан, меҳмонхонада профессионал консержнинг мавжудлиги);

Б) иккинчи - бир муайян маҳсулот даражалари бўйича вертикал (даражали) тасниф:

✚ ғоядаги маҳсулот (меҳмонхона маҳсулотининг асосий тижорат ғоясини, яъни мазкур маҳсулот хоссалари йиғиндисидан мижоз кўриши мумкин бўлган нафни ўзида ифодалайди);

✚ амалдаги маҳсулот (меҳмонхона маҳсулотининг ҳақиқий моддий ва номоддий хоссалари);

✚ қувватланган маҳсулот (одатда меҳмонга текинга тақдим этиладиган кўшимча нафлар тўпламидан иборат амалдаги маҳсулотни ўзида ифодалайди).

Хизмат кўрсатиш соҳасининг таркибий қисмлари ҳисобланадиган меҳмонхона ва ресторан корхоналари барча хизматларга хос умумий хоссалар ва айрим қўшимча хусусиятларга эга бўлган хизматларни таклиф қиладилар ва амалда кўрсатадилар.

Меҳмонхона хизматларининг хусусиятлари орасида қуйидагилар фарқланади:

1) меҳмонхона хизматининг моддий эмаслиги: истёъмол қилмасдан туриб унга баҳо бериш мумкин эмаслиги;

2) ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш жараёнлари бир вақтда юз бермаслиги: одатда, аксарият хизматлар ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш жараёнлари бир вақтда юз бериши билан тавсифланади, лекин меҳмонхона хизматларининг айримлари уларни кўрсатиш чоғида мижоз ҳозир бўлишини назарда тутмайди (масалан, номерни йиғиштириш меҳмоннинг жойлашиш пайти билан мос келмайди);

3) сақлаш имкониятининг чекланганлиги шу билан белгиланадики, бугун сотилган номер бошқа ҳеч қачон сотилмайди;

4) сифатнинг нотурғунлиги - меҳмонлар норозилигининг асосий сабабларидан бири. Хизматнинг сифати уни ким ва қандай шароитларда кўрсатаётганига кўп жихатдан боғлиқ бўлади;

5) талабнинг мавсумийлиги. Бу хусусият меҳмонхоналарнинг юкланишига, бинобарин, улар фаолиятининг самарадорлик кўрсаткичларига ҳам таъсир кўрсатади. Талабнинг тебраниши энг аввало йил фасли ва ҳафта кунига, шунингдек корхонанинг ихтисослашувига (у жойлашган ерга қараб) боғлиқ бўлади.

Замонавий меҳмонхона фақат яшаш жойи бўлиб хизмат қилмайди. Кўпинча номерлар фондининг бир қисмидан фирмалар ва муассасаларнинг офислари, вақтинчалик ваколатхоналари сифатида ҳам фойдаланилади.

Меҳмонхоналарда бугунги кунда турли хил мижозлар ҳам мавжуд:

- турли анжуманлар, конгресслар, симпозиумлар, ярмаркаларнинг иштирокчилари;

- мусобақалар, танловларнинг иштирокчилари;

- хизмат бўйича, даволаниш, дам олиш учун ташриф буюрган алоҳида фуқаролар;

- давлат доирасида маълум маршрут бўйича кетаётган, чет элдан келган туристлар ва ҳоказолар жойлаштирилади.

Мижозлар эҳтиёжидан келиб чиқиб, меҳмонхоналар ҳар хил функционал вазифаларни бажаради ва уларга ҳар хил талаблар қўйилади. Бундай меҳмонхоналарда мижозлар билан ишлаш улар бўйсунувчи идоралар

рахбарияти томонидан тасдиқланган меҳмонхона хизматлари кўрсатиш қоидаларига асосан амалга оширилади. Аммо, мазкур меҳмонхоналарда амал қилувчи қоидаларнинг бирорта ҳам банди Ўзбекистон Республикасининг меҳмонхона бизнесини ташкил этиш бўйича қонун ҳужжатларига зид бўлмаслиги керак. Функционал вазифасига қараб меҳмонхоналар:

- ❖ ишбилармонлар учун - умумий типда, идоравий, йиғилишлар, кенгашлар ва ҳоказолар учун;
- ❖ дам олиш учун меҳмонхоналар - туристик, курорт меҳмонхоналари, автотуристлар учун, мотеллар, кемпинглар;
- ❖ меҳмонхоналарнинг махсус турлари - транзит йўловчилар, спортчилар ва бошқалар учун қурилади.

Мамлакатимизда асосан маълум иш юзасидан нисбатан қисқа муддатга келувчи одамларга, шунингдек ҳар хил мақсадда саёҳат қилаётган фуқароларга мўлжалланган умумий типдаги меҳмонхоналар айниқса кенг тарқалган. Бундай меҳмонхоналар шаҳарнинг марказий қисмида, жамоат, маъмурий, савдо марказлари яқинида жойлашади ва шаҳарнинг турли туманлари билан яхши транспорт алоқасини назарда тутди.

Мазкур меҳмонхоналар одатда махсус кўкаламзорлаштирилмаган нисбатан кичкина ер майдонларига эга бўлади. Белгиланган нормаларга кўра, ер майдони ҳажми меҳмонхона сиғимига қараб бир жойга 15-55 квадрат метрни ташкил этади.

Умумий типдаги меҳмонхоналарнинг номерлар фонди асосан бир, икки ўринли ва кўпинча уч ўринли номерлардан ташкил топади. Бу номерларда, қоида тариқасида, ишлаш учун жой мавжуд бўлади. Бир қанча меҳмонхоналарда бир ўринли номерлар миқдори номерлар фондининг 40-50% ни ташкил этади. Меҳмонхоналарда алоқа бўлими, айрим ҳолларда - банк бўлими ишлаб туради, музокара ва йиғилишлар ўтказиш учун алоҳида жойлар назарда тутилади.

13-мавзу. ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАРНИНГ БОЗОР КОНЬЮНКТУРАСИНИ ПРОГНОЗ ҚИЛИШ (4 соат)

режа:

13.1. Туристтик хизмат конъюнктураси ва унинг кўрсаткичлари

13.2. Конъюнктурага асосан талабни аниқлаш усули

**13.3. Хизматлар конъюнктурасига асосан уларни таклиф қилишни
прогноз қилиш**

**13.4. Конъюнктурага асосан хизмат турлари бўйича маркетинг
тадбирларини тузиш**

13.1. Туристтик хизмат конъюнктураси ва унинг кўрсаткичлари

Маълум даврда товарлар ва хизматлар сотилишидаги имкониятларини ифодаловчи иқтисодий шарт шароитлар мажмуи бозор конъюнктурасини билдиради. У аниқ иқтисодий кўрсаткичлар - талаб ва таклиф мувозанати, баҳолар даражаси, бозор ҳажми ва бошқалар билан ифодаланади.

Бозор конъюнктураси мамлакат иқтисодий ҳолатига тўғридан - тўғри боғлиқ. Шунинг учун товар бозорининг таҳлили куйидаги икки йўл билан олиб борилиши мумкин: 1) агар конъюнктуранинг ўзгариш даражаси ва тенденцияларини билиш кўзланса, у ҳолда унинг белгиланган даврдаги динамикаси ўрганилади. 2) агар конъюнктуранинг маълум муддатга бўлган аҳволини билиш зарур бўлса, унда товарнинг бозордаги ҳаётий йўли ўрганилади, аниқ босқичи белгиланади ва таҳлил қилинади.

Бутун йиғилган ахборотлар уч қисмга бўлинади. Биринчисига конъюнктурани олдинги даврда тасвирлаган маълумотлар кириб, ҳозир уларнинг ҳеч қандай алоқаси йўқ. Иккинчиси, конъюнктуранинг ҳозирги аҳволини билдиради, аммо унинг истиқболига таъсир кўрсата олмайди. Учинчиси конъюнктуранинг келажакдаги ўзгаришини аниқлайди. Конъюнктуранинг таҳлили бозорнинг айрим томонини ифодаловчи кўрсаткичларгагина эмас, балки унинг комплекс ҳолатини тасвирловчи барча

йиғилган ва статистик маълумотларга, уларнинг умумий қарама - қарши томонларига асосланиши керак.

Конъюнктура ахборотномаси - конъюнктуранинг таҳлил шакли ҳисобланади. Бу ҳужжат бозорнинг ҳолатига таъсир этувчи барча омиллар тўғрисида, уларнинг ўзаро алоқалари ҳамда конъюнктуранинг умумий ўзгаришини ифодаловчи қонуниятларини ўзида мужассамлаштиради.

Мамлакат иқтисодий доирасида конъюктурани таҳлил қилиш қуйидаги кўрсаткичларга асосланади.

Макроиқтисодий кўрсаткичлар: умумий миллий маҳсулот, МД, саноат, қишлоқ хўжалиги, инвестиция, транспорт, товар муомаласи кўрсаткичлари - ички ва ташқи бозорларда товарлар сотилиши ҳажми, пул муомалалари, капитал айланиши ва баҳолар динамикаси, ишсизлик инфляция даражалари.

13.2. Конъюнктурага асосан талабни аниқлаш усули

Макроиқтисодий кўрсаткичларга, товар бозорлари ҳолати, талаб ва таклиф, баҳо, талабнинг қондирилиш, даражаси, товар ишлаб чиқариш, унинг сотилиши, янги корхоналар қурилиш ва бошқалар киради. Юқоридаги кўрсаткичлардаги умумийлик томони шундаки, улар бир - бири билан боғлиқ ва давлат (регион) иқтисодиёт бир босқичдан иккинчисига ўтганда уларда ўзгариш рўй беради.

ЯИМ, шахсий истеъмол, давлат буюртмалари, умумий капитал қурилиш, товар ва хизматларни экспорт ва импорт қилиш кўрсаткичларини ўз ичига олади. Бу кўрсаткичларни ҳисоблашда ноаниқликлар (қайтадан ҳисоблаш) рўй берса ҳам, у охириги талаб ҳажми ва ҳар доимий мамлакат иқтисодиёти ҳолатини баҳолашда муҳим ўринни эгаллайди.

Мамлакат иқтисодиёти конъюктурасида рўй берадиган барча ўзгаришлар манбаи бўлиб, ишлаб чиқариш соҳалари ҳисобланади. Иқтисодиётда саноатнинг улуши қанчалик юқори бўлса, унинг кўрсаткичларининг аҳамияти шунчалик юқори бўлади. Саноат ишлаб чиқаришининг асосий кўрсаткичлари: саноат ишлаб чиқариш индекси, ишлаб

чиқарилган маҳсулотларнинг мутлақ ҳажми, ишлаб чиқариш имкониятлари ва ҳақиқатдан ўзлаштирилган қувватлар, меҳнат унумдорлиги, ишсизлар, иш ҳақи, буюртмачилар, инвестиция ва бошқалар. Улар таҳлил қилинади ҳамда бозор конъюнктурасига таъсири аниқланади.

13.3. Хизматлар конъюнктурасига асосан уларни таклиф қилишни прогноз қилиш

Инвестициянинг ривожини бозор ҳолатига сезиларли таъсир кўрсатади. Агарда ишлаб чиқариш соҳаларида тугатилмаган объектлар сони камайса, саноат маҳсулоти кўпаяди ва бозорда таклиф талабдан юқорилашади. Юк ташиш транспорти ривожланиш кўрсаткичларидан бозор конъюнктураси учун аҳамияти катта. Чунки унинг иш натижалари хом ашё, материаллар ва товарлар етказиб беришдан иборат. Ички чакана товар оборот кўрсаткичлари мамлакат иқтисодиётининг, аҳоли турмуш даражасининг энг асосий белгиларидан ва бозор конъюнктурасининг мағизидир. Чунки чакана товар оборот ҳажми, таркиби ундаги ўзгаришлар ва барча кўрсаткичлар бозорнинг асосий ҳолати - талаб ва таклиф мувозанатига боғлиқ.

Чакана товар обороти ва хизматлар умумий ҳажми, таркиби, аҳоли жон бошига тўғри келиши, туман, шаҳар ва вилоятлар бўйича таҳлили, савдо, овқатланиш, хизмат кўрсатиш, дорихоналар ва бошқа шохобчаларнинг турлари, уларнинг жойлашиши, савдо майдонларининг ҳажми ва минг киши ҳисобига тўғри келиши кабилар муҳим кўрсаткичлардир. Чакана савдонинг таҳлили, унинг товарлар билан таъминоти манбалари - улгуржи савдо фирмалари билан биргаликда олиб борилади. Чунки улгуржи савдонинг ривожини чакана савдо шохобчалари учун катта омил.

Савдо обороти динамикасини таҳлил қилганда озиқ - овқат ва ноозик овқат товарлари, узоқ муддатда ишлатиладиган уй рўзғор моллари, спорт, саёҳат ва бошқа замонавий талабларни қондиришга мўлжалланган товарлар алоҳида кўрилади.

Пул муомалалари кўрсаткичлари - эмиссия, инфляция, кредитлар, фоиз ставкалари, валюталар курси, банк депозитлари, банкротлик, ва бошқалар бозор конъюнктурасига сезиларли таъсир этувчи омиллардир. Ташқи савдонинг ички бозор конъюнктурасининг шаклланишида ўзига хос ўринга эга. Чунки ташқи савдо орқали мамлакат ички бозори жаҳон бозори билан боғланади. Ташқи савдо обороти экспорт ва импорт ҳажмлари ва таркиблари, савдо баланси қолдиғи, экспорт ва импорт географияси, мамлакатнинг жаҳон бозоридаги экспорт ва импорт ҳажмидаги улуши, экспортга ишлаб чиқарилган маҳсулотлар, машинасозлик товарлари ва ташқи савдо баҳолари таҳлил қилинади ва ички бозор конъюнктурасига таъсири аниқланади.

13.4. Конъюнктурага асосан хизмат турлари бўйича маркетинг тадбирларини тузиш

Ҳар доимий иқтисодий конъюнктура бозордаги рақобат ва баҳолар динамикаси шарт - шароитлари таъсирида шаклланаётган талаб ва таклиф муносабатларига боғлиқ бўлади. Ана шу иқтисодий жараёнлар "бозор" тушунчаси ва бозор механизми элементларидан иборат.

Таклиф ишлаб чиқариш фаолияти маҳсулоти бўлиб, товар ҳолида сотишга мўлжалланган.

Талаб жамият эҳтиёжи бўлиб ишлаб чиқариш ва шахсий истеъмоллари аммо талаб эҳтиёжини сотиб олиш қобилиятига эга бўлган қисмдир. Нарх - товар қийматининг пул шаклидаги кўринишидир.

Талаб ва таклиф ҳажми - истеъмолчилар сотиб олишга, ишлаб чиқарувчилар бозордаги нархда сотишга тайёр бўлган, товарлар ва хизматлар миқдоридан иборат. Шундай экан, талаб ва таклиф - истеъмол билан ишлаб чиқаришнинг бозордаги ифодасидир.

14-мавзу. ТУРИСТИК РИВОЖЛАНИШНИНГ НАТИЖАСИНИ

ПРОГНОЗ ҚИЛИШ (4 соат)

режа:

14.1. Самарадорлик кўрсаткичларини прогноз қилиш усуллари

14.2. Самарадорлик кўрсаткичларини прогноз қилишдаги иқтисодий моделларни турлари

14.1. Самарадорлик кўрсаткичларини прогноз қилиш усуллари

Самарадорлик кенг мазмунга эга бўлиб, бунда қўйилган мақсадларга эришиш натажалари билан ишлаб чиқариш харажатларини солиштиришдан иборатдир. Лотин тилида эффект ("самара") - ҳаракатлик, ишлаб чиқарувчилар зарурий натижани берувчи маъноларини англатади. У инсон фаолиятининг барча соҳаларида: фанда, техникада, сиёсатда ва мафкурада фойдаланилади. "Ишлаб чиқаришни бошқариш самарадорлиги" тушунчасида " ишлаб чиқариш самарадорлиги" тушунчасини аниқлаб олиш лозим. Ишлаб чиқариш самарадорлигининг охирги натижани фойдаланилган ҳажми ёки харажат ресурсларига (ишлаб чиқариш натижаси (самара) ва харажатлар ўртасидаги фарқ) муносабати деб тушунилади. Бу тушунча ишлаб чиқаришни ривожланиш жараёни ҳаракатига баҳо беради ва унинг сифат ўзгаришларини ёритади.

Бошқарув самарадорлигининг шундай кўп қирралилиги, уни ифодалаш учун кўп шаклли тушунчаларни намоён қилади. Қуйида хоҳлаган даражадаги бошқарув тизими асосига кирган самарадорликнинг муҳим тушунчалари келтирилди:

- бошқарув ходимлари меҳнати самарадорлиги;
- бошқарув аппаратининг бошқарув фаолияти ёки унинг алоҳида бўлимлари ва тармоқлари самарадорлиги;
- бошқарув жараёнининг самарадорлиги (аниқ бошқарув қарорларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш);

- бошқарув тизимларининг самарадорлиги (бошқарув табақаси, ишлаб чиқариш бошқаришда меҳнаткашларнинг иштирокларини ҳисобга олган ҳолда);

- бошқарув механизмининг самарадорлиги (услугалар, дастаклар, рағбатлар ва режали бошқарув шакллари).

Бир тушунчадан бошқасига ўтишда ҳар бир тушунчанинг мазмундорлиги, алоқадорлиги олиб боради.

Самарадорликнинг ўз мазмуни ва моҳиятига иқтисодий ҳамда ижтимоий тавсифга эга ҳолат сифатида урғу берилади. Самарадорлик турлари ҳар хил мақсадларни (ўзаро алоқадор) ва самаранинг ўзига хос шаклини (ижтимоий ва иқтисодий) ифодалайди.

Бошқарув самарадорлигини аниқлашда қуйидагилар ҳисобга олинади ва мазкур доирада намоён бўлади: ишлаб чиқариш доирасида ва истеъмол доирасида. Биринчи ҳолатда хўжалик ҳисобида бошқарув самарадорлиги (корхона, фирма), иккинчидан эса, туризм хўжалигидаги бошқарув самарадорлиги илғор бошқарув тизимини солиштирма баҳолаш ва танлаш, режалаштириш, такомиллаштириш ва бошқарувни ривожлантириш учун хизмат қилиш мумкин. Объектни баҳолашга боғлиқ ҳолда самарадорликнинг тўлиқ (умумий) ва локал (хусусий) турларга бўлиш мумкин (1-жадвал). Биринчи ҳолда бошқарув тизимини самарадорлиги аниқланади. Иккинчидан - бошқарув ресурсларини алоҳида турларидан фойдаланиш самарадорлиги (меҳнат ахборот моддий) аниқланади.

1-жадвал. Самарадорлигининг туркумланиши.

Кўрсаткичлар	Самарадорлик турлари
Самарадорлик мазмуни	Иқтисодий, ижтимоий
Намоён бўлиш доираси	Туризм хўжалигида, хўжалик ҳисобида
Баҳолаш объекти	Тўлиқ (умумий), локал (хусусий)
Мақсадли мазмуни	Режали, ҳақиқий, меъёрий (потенциал) лойиҳали
Ҳисоб	китоб усули - Абсолют (мутлоқ), солиштирма

14.2. Самарадорлик кўрсаткичларини прогноз қилишдаги иқтисодий моделларни турлари

Кўрсаткич тушунчаси баҳоланаётган предметнинг, объектнинг қандайдир хусусиятларини, жиҳатларини, томонларини тавсифлайди. Самарадорлигини белгилайдиган кўрсаткичларни уч гуруҳга бўиш мумкин:

1. Техникавий кўрсаткичлар. Бу тур кўрсаткичлар бошқарувнинг техник воситаларини (дастгоҳлар, ҳисоблаш техникалари ва бошқалар) фойдаланишнинг сифатларини, белгиларини ва улардан фойдаланиш даражасини аниқлайди.

2. Ташкилий кўрсаткичлар. Бу тур кўрсаткичлар бошқарув жараёнини тузилиши, ташкилий тузилма, ахборот ва ҳужжатлар билан ишлашни аниқловчи тавсифга эгадир.

3. Ижтимоий кўрсаткичлар. Бу тур кўрсаткичлар бошқарув аппаратининг меҳнат шартларини, санитария - гигиена, рухий, физиологик, эстетик томонларини ва меҳнатининг ижтимоий омилларини аниқлайди.

Бошқарув самарадорлигининг асосий иқтисодий кўрсаткичлари қуйидагилардир:

- йиллик иқтисодий самара (келтирилган ҳаражатлар тежамкорлиги);
- бошқарувни такомиллаштиришда бир вақтли ҳаражатларини қоплаш муддати;
- бошқарув аппарати меҳнат унумдорлигининг ўсиши.

Йиллик иқтисодий самара қуйидаги тенглама орқали аниқланади:

$$E_y = E_{shy} - Z_u X Y e_n.$$

Бунда: E_y - йиллик иқтисодий самара, сўм;

E_{shy} - йиллик шартли тежам, сўм;

Z_u – бир вақтли ҳаражатлар, сўм;

$Y e_n$ - солиштирма иқтисодий самарадорликнинг меъёрий коэффисенти (ўлчам, қоплашнинг қайта меъёрий муддатига боғлиқ).

Бошқарув самарадорлиги икки хил усулда ҳисобланиши мумкин:

$$E_b = R_k / Z_b \quad \text{va} \quad E_b = R_b / Z_b.$$

Бунда, E_b - бошқарув самарадорлиги;

R_k - охирги натижа (самарадорлик корхонадан олинади).

R_b - фақат бошқарув аппарати фаолияти натижаси;

Z_b - бошқарув харажатлари;

Бир вақтли харажатлар бошқарувда қуйидагича аниқланади:

$$Z_b = K + N.$$

Бунда, K - капитал харажатлар, сўм;

N - капитал бўлмаган харажатлар.

Ишлаб чиқаришни бошқаришни такомиллаштиришни лойиҳалаштиришнинг барча босқичларида иқтисодий самарадорлик асосий мезон ҳисобланади. Ишлаб чиқариш бошқарувини такомиллаштиришнинг лойиҳалаштириш олди босқичида, такомиллаштириш нимадан иборат бўлади бошқарувнинг янги тизими юқори даражада самарадорми деган саволлар туғилади. Лойиҳалаштириш босқичида инвестиция ҳажмидан, харажатлар гуруҳидан келиб чиқиб юқори иқтисодий самарадорликни аниқ усуллари ҳисоблаб чиқилади. Бошқарувни такомиллаштиришда аниқ тадбирлар ишлаб чиқилгандан сўнг қўлланилгандан кейин ҳақиқий эришилган тежамкорлик ўлчови аниқланиши зарур.

Бошқарувнинг ижтимоий самарадорлиги:

Бошқарувни ижтимоий самарадорлигини миқдорий баҳосида мулкӣ таққослаш тавсифи ва алоҳида хусусий йўналишларга эътиборлик хусусияти ўз ифодасини топади. Бошқарув аппаратининг меҳнат унумдорлигида муҳим ҳолат сифатида ишчиларнинг умумтаълим даражасини ва малакасини ошириш, моддий - маиший шароитларини яхшилаш ва бошқалар назарда тутилади. Иқтисодий самарадорлик бошқарувни такомиллаштиришда бошқарув аппаратининг меҳнат ва моддий харажатларини камайтириш, ижтимоий - иқтисодий омилларни қўллаш, яъни бошқарув ходимларининг

меҳнат фаоллигини ошириш ёки меҳнат қобилиятлари сусайишининг олдини оловчи, ходимлар қўнимсизлигини камайтирувчи ва ишловчиларнинг меҳнат шароитларини яхшиловчи тадбирларни жорий қилиш муҳим аҳамият касб этади.

Бозор шароитида бошқарувни ижтимоий йўналиши кучайтирилади: бошқарувни ривожлантириш моддий - техника базасидан ижтимоий - маданий йўналишда фойдаланиш, корхонанинг мулкчилик воситалари аҳамиятини, ишчиларнинг моддий - маиший шароитларини ошириш, таълим олиш, маданий ва маънавий вазифаларни чуқурлаштириш.

Менежер бозор муносабатларида хўжалик механизмини ижтимоий, иқтисодий ва рағбатлантирувчи омилларни, меҳнат жамоаси тавсифини, куч ва малака воситаларини қўллаш ва такомиллаштиришнинг сир - асрорларини тўла ўзлаштириб олсагина бошқарув фаолиятининг самарадорлиги ва натижаларини таъминлаш муҳити яратилар экан.

ASOSIY VA QO'SHIMCHA O'QUV ADABIYOTLAR HAMDA AXBOROT MANBALARI

a) asosiy adabiyotlar:

1. Александрова Ю.А. «Международный туризм». Учебник. М: «Аспект пресс» 2004г.
2. Александрова Ю.А. «Международный туризм» Учебное пособие для вузов. М: «Аспект пресс» 2011г.
3. Косолапов А.Б. – Туристическое страноведение. Европа и Азии. Учебно-практическое пособие. Издание второе. М.: 2006.
4. Сапожникова Е.Н. Страноведение теория и методика туристского изучения стран. М.,АКАДЕМИА,2005.
5. Жаҳон мамлакатлари. (дарслик) Т-2006.
6. Kamilova F., Kamilov Z. Xalqaro turizm bozori. (o`quv qo`llanma). T-2011.
7. Nazarova G.G., Aliyeva M.T. va boshq. Xalqaro biznes strategiyasi. (o`quv qo`llanma). T-2011.
8. А.Э.Ишмухамедов ва бошқ. Хорижий мамлакатларда иқтисодий тартибга солиш. (ўқув-қўлланма).Т-2004.

b) Qo'shimcha adabiyotlar:

1. Каримов И.А Ўзбекистон мустақилликка эришиш оstonасида. Тошкент 2012 й.
2. «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони. 2016 йил 2 декабр,ПФ-4861-сон.
3. «Ўзбекистон Республикаси туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. 2016 йил 2 декабр, ПҚ-2666-сон.
4. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Мақамасининг 2016 йил якунлари ва 2017 йил истиқболларига бағишланган мажлисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 16 январь, №11
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “2012-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида” ги ПҚ-1754-сонли Қарори қабул қилинди 10.05.2012 й.
6. Маматқулов Х.М., И.С.Тухлиев ва бошқалар «Халқаро туризм». Дарслик. Тошкент. 2009.

7. Балабанов. И.Т. «Экономика туризма» М., «Финансы и статистика»2000 г.
8. Комилова Ф.К. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма Т., ТДИУ-2001
9. Пирожник И.И. Международный туризм в мировом хозяйстве. Минск. 1996.
10. Большой глоссарий терминов международного туризма. Под ред. М.Б.Биржакова, В.И. Никифорова. Второе издание. В двух томах. М.: СПб. Изд. «Невский фонд», 2003.
11. Тухлиев И.С., Ибодуллаев Н.Э. “Туризм операторлик хизматларини ташкил этишнинг асослари” СамИСИ 2011 й.
12. Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Ибодуллаев Н.Э., Амриддинова Р.С. «Туризм асослари» СамИСИ 2010 й.
13. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003.
14. Lundberg D., Krishnamorthy M. – Tourism Economics.2011.
15. Trevel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003.

c) Internet saytlari:

1. [www. wttc.org](http://www.wttc.org) – Всемирный Совет по путешествиям и туризму.
2. www.unwto.org - Бирлашган бутунжаҳон туризм ташкилоти
3. www.uzbekturizm.uz.
4. [www. bashexpo.ru](http://www.bassexpo.ru) – выставки, конференции
5. www.Lex.uz.
6. www.ziyonet.uz.
7. www.tour.uz.
8. www.stat.uz.
9. www.tours.uz/country/uz/
10. www.mail.tdiy.uz.