



## TURISTIK MAHSULOTLAR VA XIZMATLARNI DIVERSIFIKATSİYALASHDA MIQDORIY VA SIFAT JIHATDAN KOMPLEKS DIAGNOSTIKA QILISH

**Sultonova Yulduzxon Kamoldinovna,**

Qo'qon universiteti Raqamli texnologiyalar va matematika kafedrası

i.f.f.d (Phd)

sultonovayulduzxon66@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3664-6973>

DOI: <https://doi.org/10.54613/ku.v18i.1635>

### MAQOLA HAQIDA/O STAT'YE

**Qabul qilindi:** 15-aprel 2026-yil

**Tasdiqlandi:** 17-aprel 2026-yil

**Jurnal soni:** 18-A

**Maqola raqami:** 73

### KALIT SO'ZLAR/КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

diversifikatsiya, turistik mahsulot, turistik xizmat, investitsiya loyihasi, turistik multiplikator, moliyaviy barqarorlik, sof joriy qiymat, iqtisodiy samaradorlik, turistik korxonaga, mavsumiylik koeffitsiyenti

### ANNOTATSIYA/ АННОТАЦИЯ

Ushbu maqolada turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalashda miqdoriy va sifat jihatidan kompleks diagnostika qilish masalalari tadqiq etilgan. Turizm sohasida investitsiya siyosatining o'rni, turistik multiplikator ta'siri va samaradorlik mezonlari tahlil qilingan. Investitsiya loyihalarini baholashda uch mezon asosida metodologiya ishlab chiqilgan: turistik resurs potensialidan foydalanish samaradorligi, diversifikatsiya loyihasining investitsiya samaradorligi va sinergetik ta'sir. Bundan tashqari, moliyaviy barqarorlikni baholash modeli va maqbul diversifikatsiya tuzilishini aniqlashga yo'naltirilgan matematik yondashuv taqdim etilgan. Tadqiqotda turistik klasterlar shakllantirishning iqtisodiy asoslari o'rganilgan hamda mintaqaviy turizm infratuzilmasini rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklikning ahamiyati ko'rsatib o'tilgan. Maqolada taklif etilgan diagnostika modeli turizm sohasidagi raqobatbardoshlikni oshirishga xizmat qiluvchi amaliy vosita sifatida asoslab berilgan va uni milliy turizm strategiyasiga integratsiya qilish imkoniyatlari muhokama qilingan. Shuningdek, xalqaro turizm tajribasidan olingan eng yaxshi amaliyotlar tahlil qilinib, ularni mahalliy sharoitga moslashtirishning optimal yo'llari belgilab chiqilgan. Ishda keltirilgan empirik ma'lumotlar va hisob-kitoblarga asosida turistik diversifikatsiyani amalga oshirishning bosqichma-bosqich modeli ishlab chiqilgan bo'lib, u turizm sohasidagi qaror qabul qiluvchilar uchun amaliy yo'riqnomaga vazifasini o'taydi.

### ABOUT THE PAPER

**Accepted:** 15 april 2026

**Approved:** 17 april 2026

**Volume:** 18-A

**Paper number:** 73

### KEYWORDS

diversification, tourism product, tourism service, investment project, tourism multiplier, financial stability, net present value, economic efficiency, tourism enterprise, seasonality coefficient

### ANNOTATION

This article investigates the issues of complex quantitative and qualitative diagnostics in diversifying tourist products and services. The role of investment policy in the tourism sector, the tourist multiplier effect, and performance criteria have been analyzed. A methodology based on three criteria has been developed for evaluating investment projects: the efficiency of utilizing tourist resource potential, the investment effectiveness of the diversification project, and the synergetic impact. Furthermore, a financial stability assessment model and a mathematical approach aimed at determining the optimal diversification structure have been presented. The study examines the economic foundations of forming tourist clusters and highlights the importance of public-private partnership in developing regional tourism infrastructure. The diagnostic model proposed in the article is substantiated as a practical tool for enhancing competitiveness in the tourism sector, and the possibilities of integrating it into the national tourism strategy are discussed. In addition, best practices drawn from international tourism experience have been analyzed, and optimal ways of adapting them to local conditions have been identified. Based on the empirical data and calculations presented in the study, a step-by-step model for implementing tourist diversification has been developed, which serves as a practical guide for decision-makers in the tourism sector.

**Kirish.** Turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalashda miqdoriy va sifat jihatidan kompleks tadqiq qilishda turistik korxonalarining investitsiya siyosati va uning turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalash strategiyasining ajralmas qismi ekanligini, u turistik korxonaning investitsiya faoliyatining uzoq muddatli intilishlar tizimini hamda turistik tovarlar va xizmatlarni xilma-xillashtirishda miqdoriy va sifatli ko'rsatkichlarni tahlil qilish maqsadga muvofiq.

Tadqiqot davomida turizmning multiplikativ ta'siri va turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalash faoliyatiga sarmoya kiritish zarurligini aniqlash bilan bog'liq asosiy omillar shakllantirildi. Bularga, diversifikatsiyalashni miqdoriy va sifat jihatidan baholashda turistik korxonalarining investitsiya loyihalarini amalga oshirishda ishtirok etadigan korxonalarining moliyaviy-xo'jalik faoliyati samaradorligi, menejerlar va mutaxassislarining malakasi, mehnat unumdorligi, ishlab chiqarishni boshqarishning yangi usullarini joriy etish, biznesni rivojlantirishning yangi yo'nalishlarini aniqlash va uning rentabelligini oshirish, xorijiy sheriklar bilan aloqalarni kengaytirish, investitsiya loyihalarini moliyalashtirishning yangi manbalariga, xom ashyo, materiallar va butlovchi qismlarni yangi yetkazib beruvchilarga, yangi savdo kanallariga kirishni ochish, turistik korxonalarining moliyaviy holatini yaxshilash, hududlarda barqaror iqtisodiy o'sish asosi sifatida ichki turizm bozorining dinamik kengayishini ta'minlash hamda fuqarolarning turmush darajasini yaxshilash kabi ko'rsatkichlar tizimini kiritish maqsadga muvofiq. [1]

**Adabiyotlar tahlili.** Turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalash hamda investitsiya samaradorligini baholash masalalari xorijiy va mahalliy tadqiqotchilar tomonidan turli jihatlardan o'rganilgan.

Benur va Bramwell turistik mahsulotlarni diversifikatsiyalash va intensifikatsiyalash strategiyalarini tahlil qiluvchi ikki kontseptual modelni ishlab chiqishgan. Ushbu tadqiqotda asosiy turistik mahsulotlarni diversifikatsiyalash destinatsiyalarning raqobatbardoshligi va barqaror rivojlanishi uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligi asoslab berilgan. [2]

Boshqa bir qator tadqiqotchilar turistik mahsulotni diversifikatsiyalashning hududiy turizm rivojlanish strategiyalaridagi rolini o'rganishgan. Ushbu ishlarda mavsumiy va fazoviy notekislikni bartaraf etishda turistik mahsulotni diversifikatsiyalash asosiy narxsiz raqobat usuli sifatida ko'rsatilgan. Turistik operatorlarning rekreatsion faoliyat sikllarini diversifikatsiyalash orqali innovatsion mahsulotlar yaratish tajribalari ham tahlil etilgan. [3]

Solarin, Ulucak va Erdogan Yangi Zelandiya misolida turizm bozorlari va faoliyatini diversifikatsiyalashning iqtisodiy o'sishga ta'sirini o'rganishgan. Tadqiqot natijalariga ko'ra, turizm daromadlarini oshirishning samarali yo'li sifatida turistik taklif xilma-xilligini ta'minlash strategiyasi tavsiya etilgan. [4]

Raxmonov turistik mahsulotlarni diversifikatsiyalashning xalqaro tajribasini o'rganib, Ispaniya, Tailand, Yaponiya kabi davlatlar misolida muvaffaqiyatli diversifikatsiya strategiyalarini tahlil qilgan. Tadqiqotda mahsulot diversifikatsiyasi rentabellik va raqobatbardoshlikka ijobiy va sezilarli ta'sir ko'rsatishi aniqlangan. [5]

Turizm multiplikatori ta'sirini o'rganishda bir qator iqtisodchilar muhim hissa qo'shgan. Albaniya misolida o'tkazilgan tadqiqotda turizm sohasi investitsiyalarining milliy iqtisodiyotga to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita ta'siri miqdoriy jihatdan baholangan. Turistning mehmonxonaga sarflagan mablag'i yangi investitsiya sifatida jang'arma, kommunal

xizmatlar va boshqa tarmoqlarga o'tib, multiplikativ samara berishi isbotlangan.[6]

Qirg'oq turizm hududlarida o'tkazilgan aralash sifat-miqdor tadqiqotida Keynesian Daromad Multiplikatori yordamida turistik xarajatlarning mahalliy iqtisodiyotga ta'siri o'lchanib, turistik faoliyatning bilvosita iqtisodiy samarasini aniqlash metodologiyasi ishlab chiqilgan. [7]

So'nggi tadqiqotlarda turizm marshrutlarini diversifikatsiyalashning barqaror mintaqaviy rivojlanishdagi roli o'rganilgan. Turk, Tailand, Marokash, Keniya, Kambodja, Hindiston, Kosta-Rika va O'zbekiston kabi rivojlanayotgan mamlakatlarni qamrab olgan qiyosiy tahlil ko'rsatkichi, marshrutlarni diversifikatsiyalash fazoviy to'planishni 19–27% ga kamaytiradi, mavsumiylik indeksini esa 20–40% ga pasaytiradi. [8]

Turizm bozorini diversifikatsiyalash va atrof-muhit o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganishda 94 ta davlatni o'z ichiga olgan keng qamrovli tadqiqot olib borilgan. Ushbu ish 1995–2018 yillar oralig'idagi ma'lumotlar asosida turizm bozorini diversifikatsiyalashning ekologik iz qoldirishga ta'sirini birinchi marta miqdoriy jihatdan baholagan. [9]

Yuqoridagi adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalash mavzusi xalqaro miqyosda faol o'rganilmoqda, biroq miqdoriy va sifat jihatdan kompleks diagnostika qilish hamda investitsiya loyihalarining iqtisodiy samaradorligini baholash metodologiyasi, ayniqsa O'zbekiston turizm sektori kontekstida, yetarli darajada tadqiq etilmagan. Mazkur maqola ushbu bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan.

**Metodologiya.** Mazkur tadqiqot turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalashda miqdoriy va sifat jihatidan kompleks diagnostika qilish muammosini hal etishga qaratilgan bo'lib, bir-birini to'ldiruvchi ilmiy metodlar majmuasidan foydalanilgan. Tadqiqotning metodologik asosini uchta o'zaro bog'liq uslubiy blok tashkil etadi.

Birinchi blok – turistik mahsulotlar va xizmatlarni miqdoriy va sifat jihatidan diversifikatsiyalashni baholashda investitsiya loyihalarining iqtisodiy samaradorligini hisoblash metodologiyasidir. Ushbu metodologiya doirasida turistik korxonalarining moliyaviy – o'jalik faoliyatini tavsiflovchi ko'rsatkichlar ikki guruhga ajratilgan: birinchi guruh – umumiy iqtisodiy rentabellik, sof foyda hajmi, kapital qaytimi, kapital intensivligi va mehnat unumdorligi kabi umumiy iqtisodiy ko'rsatkichlarni; ikkinchi guruh esa yuk koeffitsiyenti, likvidlik indeksi, potensial imkoniyatlar koeffitsiyenti va mavsumiy tebranishlar koeffitsiyenti kabi turizm sohasiga xos maxsus ko'rsatkichlarni o'z ichiga oladi. Mavsumiylik omilini hisobga olgan holda daromadlarning mavsumiylik koeffitsiyentini hisoblashda oddiy o'rtacha usulidan foydalanilgan.

Ikkinchi blok – turistik xizmatlar va mahsulotlarni miqdor va sifat jihatidan diversifikatsiya qilish natijasida yuzaga keladigan multiplikativ ta'sirni boshqarish modelidir. Turizm multiplikatorini hisoblashda Keynes investitsiya multiplikatori nazariyasiga asoslangan yondashuv qo'llanilgan. Multiplikativ ta'sir uch bosqichda tahlil qilingan: to'g'ridan – to'g'ri ta'sir (birinchi bosqich), bilvosita ta'sir (ikkinchi va uchinchi bosqich) hamda induksiya qilingan ta'sir (to'rtinchi bosqich). Ushbu model turistik korxonada tomonidan jalb qilingan investitsiyalarning hudud iqtisodiyotiga ko'rsatadigan janjirli ta'sirini miqdoriy baholash imkonini beradi.

Uchinchi blok – turistik korxonalarda turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiyalashni boshqarish uslubiyotidir. Ushbu blokda cheklangan pul resurslari sharoitida asosiy va diversifikatsiyalangan turistik mahsulotlarning maqbul tuzilishini tanlash ko'p mezonli vektorli optimallashtirish masalasi sifatida shakllantirilib, matematik modellashirish usulidan foydalanilgan. Turistik korxonaning moliyaviy barqarorlik darajasini baholash mezoni sifatida o'lchamsiz  $\gamma$  (gamma) ko'rsatkichi joriy etilgan bo'lib, uning qiymati asosida diversifikatsiyalashning maqsadga muvofiqligi uch holat: potensial mavjudligi ( $\gamma \geq 1$ ), beqaror xarakter ( $\gamma \in [0,1)$ ) va foydasizlik ( $\gamma \leq 0$ ) ko'rinishida baholanadi.

Tadqiqot davomida tizimli tahlil, qiyosiy tahlil va iqtisodiy – matematik modellashirish metodlaridan kompleks tarzda foydalanilgan. Olingan natijalar turistik korxonalar faoliyatini boshqarishda ilmiy asoslangan qarorlar qabul qilish uchun amaliy ahamiyatga ega bo'lgan metodologik bazani shakllantirishga xizmat qilgan.

**Natijalar.** Diversifikatsiyalashning miqdoriy va sifat jihatidan kompleks diagnostika qilishda soha rivojlanishining turistik multiplikator ta'sirini baholash muhim ahamiyat kasb etadi. Turistik multiplikator – bu mamlakat, hududiy va shahar darajasida turizmning turdosh tarmoqlarga ta'siri koeffitsiyentining qiymati ko'rsatkichini ifodalaydi. Turizmning multiplikator samara turizmning o'ziga xos xususiyati, "ko'rinmas eksport" paradoksining mavjudligi tufayli namoyon bo'ladi va ko'p jihatdan investitsiyalar hajmiga emas, balki ularning innovatsion tarkibiy qismiga bog'liq. Bir tomondan, multiplikator mexanizmining harakati multiplikativ jarayonning stimulyatori bo'lgan dastlabki impulsning

mavjudligi bilan bog'liq bo'lsa, boshqa tomondan, ko'paytirish mexanizmining ajralmas qismi iqtisodiyotda tizimli aloqalarning mavjudligi bo'lib, bitta diversifikatsiyalashning miqdor yoki sifat ko'rsatkichining o'zgarishi iqtisodiy tizimning boshqa parametrlarida tegishli o'zgarishlarga olib kelishini ifodalaydi. Turli xil iqtisodiy tizimlarga bir xil hajmdagi investitsiyalar turli xil ijtimoiy-iqtisodiy ta'sirlarni keltirib chiqaradi. Masalan, mamlakat iqtisodiyotidagi turli sohalar va ishlab chiqarish turlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik qanchalik yaqin bo'lsa, multiplikator samaralari shunchalik ko'p namoyon bo'ladi.

Diversifikatsiyalashning miqdoriy va sifat ko'rsatkichlarini tizimlashtirishda turizm va mehmondo'stlikning o'ziga xos xususiyatlari ta'siri, turistik tashkilotlarni joylashtirishda resurslarga yo'naltirish, turistik xizmatlarni ishlab chiqarishda mavsumiy va siklik tabiat, turistik talabni faqat xizmatlarni ishlab chiqarish joyida qondirish qobiliyati, turistik xizmatlarni tasniflash hamda asosiy va qo'shimcha xizmatlarni o'z ichiga oladi.

Tadqiqot natijasida yuqoridagi qoidalarni hisobga olgan holda, turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalashda miqdoriy va sifat jihatidan tahlil qilish bo'yicha boshqaruv faoliyatiga kiritilayotgan investitsiya loyihalarining iqtisodiy samaradorligi mezonlari va ko'rsatkichlari aniqlandi:

**1-mezon:** ikki guruh ko'rsatkichlarni o'z ichiga olgan turistik resurs potensialidan foydalanish samaradorligi:

**Birinchi guruhga (I)** turistik korxonada samaradorligini tavsiflovchi ko'rsatkichlar kiradi. Bu o'z ichiga umumiy iqtisodiy rentabellik ( $R_o$ ), turistik korxonaning sof foyda hajmi ( $P_{sh}$ ), kapital qaytimi (FO), rentabellik asosiy vositalari (RV), kapital intensivligi (KI), kapital samaradorligi (KS), xodim (X) va mehnat unumdorligi (MU) ko'rsatkichlari.

**Ikkinchi guruh ko'rsatkichlariga (II)** turizm sohasining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda turistik korxonada faoliyatini moliyaviy boshqarish samaradorligini aniqlashga imkon beradi. Bularga, imkoniyatlar ( $P_s$ ) turistik korxonaning zaxiralardan foydalanish samaradorligini tavsiflaydi, yuk koeffitsiyenti ( $K_z$ ) turistik korxonada faoliyatini moliyaviy boshqarish samaradorligini tavsiflaydi, turistik korxonada fondning likvidligi indeksi ( $S_{likv}$ ) turistik korxonada iqtisodiy samaradorligini tavsiflaydi, potensial imkoniyatlar koeffitsiyenti (V) mavjud potensialdan to'liq foydalanilgan holda ishlab chiqarishga qodir bo'lgan turistik xizmatlarning real hajmini (asosiy va qo'shimcha) tavsiflaydi, bandlikdagi minimal mavsumiy tebranishlar koeffitsiyenti ( $K_{ksz}$ ) turistik korxonada zaxiralarning notekis bandligini tavsiflaydi.

**2-mezon.** Diversifikatsiyaga real investitsiyalarning ta'siri va samaradorligi ko'rsatkichlarini o'z ichiga olgan diversifikatsiyalashning investitsiya loyihasi samaradorligini baholash:

– diskontlangan hisob-kitoblarni (sof joriy qiymat, loyihaning ichki daromadlilik darajasi, loyihaning rentabellik indeksi, investitsiya koeffitsiyentining rentabelligi, investitsiya koeffitsiyentining rentabelligi);

– buxgalteriya hisob-kitoblari (loyihaning qaytarilish muddati va aktivga egalik qilish paytida olingan daromad).

**3-mezon.** Sinergetik ta'sir.

Turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiyalashni boshqarish bo'yicha sarmoya loyihasini amalga oshirgandan so'ng turistik korxonalarining strategik imkoniyatlarini oshirish bilan bog'liq quyidagi afzalliklar aniqlanadi: moliya sektoridagi afzalliklar (moliyaviy resurslarni birlashtirishdan ham, har xil faoliyatning ijobiy va salbiy pul oqimlari balansiga erishishga imkon beradi), menejmentdagi afzalliklar, yangi turizm bozorlariga chiqish munosabati bilan turistik korxonada faoliyatining kengroq geografiyasi, innovatsion imkoniyatlarni kengaytirish.

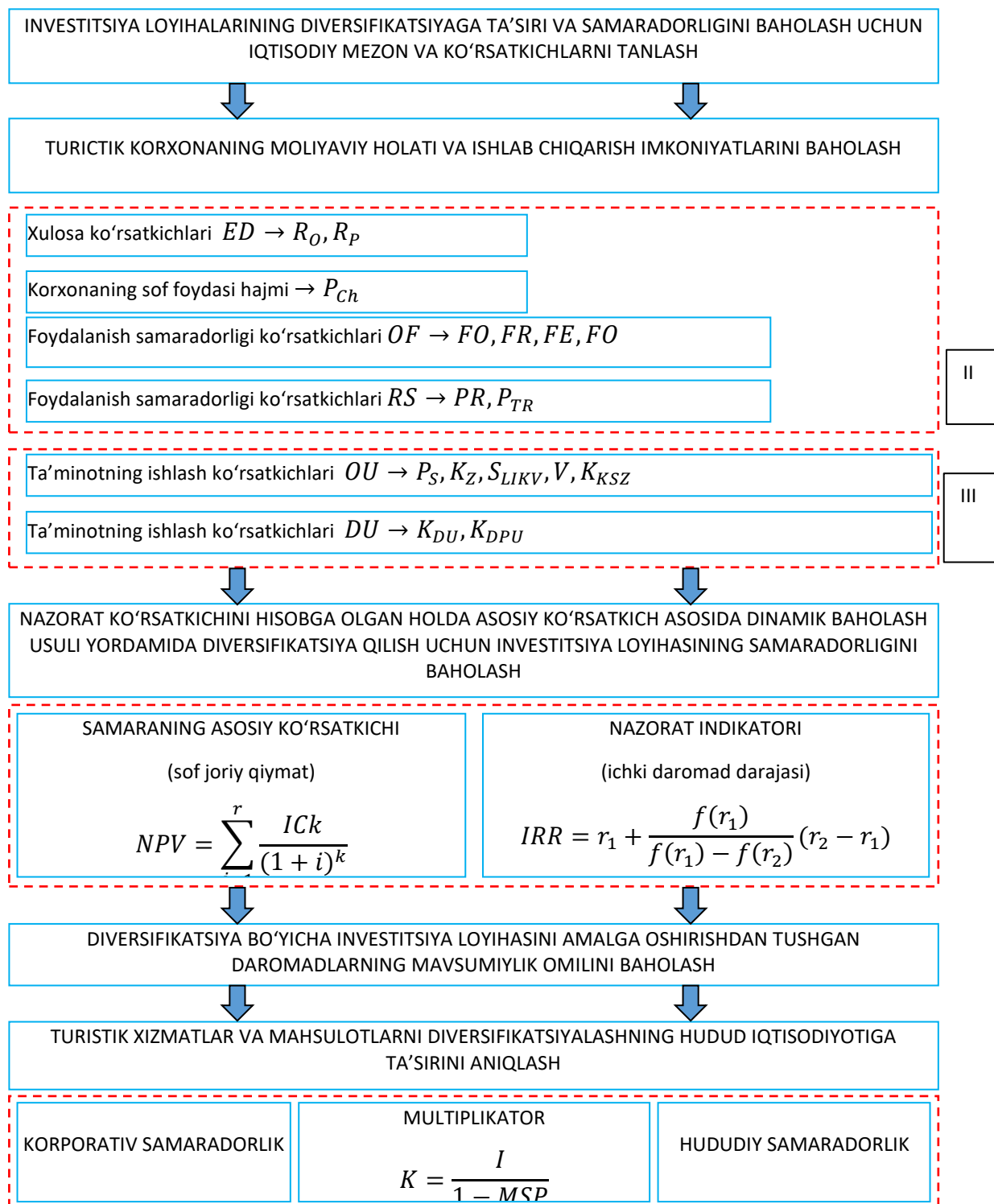
Tanlangan ko'rsatkichlar turizm sohasining o'ziga xos xususiyatlariga moslashtirilgan bo'lib, turistik korxonalarining ko'p tarmoqli resurs salohiyati va ishlab chiqarish imkoniyatlarini obyektiv baholashga imkon beradi.

Tadqiqot natijasida turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalashda miqdoriy va sifat jihatidan kompleks diagnostika qilish bo'yicha investitsiya loyihalarining iqtisodiy samaradorligini baholash metodologiyasi ishlab chiqildi va tarkibiy jihatdan quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi (1-rasm):

1. Iqtisodiy mezonlar va baholash ko'rsatkichlarini tanlash.
2. Tanlangan ko'rsatkichlar bo'yicha turistik korxonalarining moliyaviy holati va ishlab chiqarish imkoniyatlarini baholash.
3. Dinamik baholash usuli yordamida diversifikatsiya qilish uchun investitsiya loyihasining samaradorligini baholash.

Turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiya qilish bo'yicha investitsiyalashning boshqaruv loyihasini iqtisodiy samaradorligini baholash uchun, nazorat ko'rsatkichini hisobga olgan holda asosiy

ko'rsatkichga asoslangan dinamik baholash usulidan foydalanish taklif qilinadi.



**1-rasm. Turistik mahsulotlar va xizmatlarni miqdoriy va sifat jihatidan diversifikatsiyalashni baholashda investitsiya loyihalarining iqtisodiy samaradorligini hisoblash metodologiyasi<sup>1</sup>**

Turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiya qilish bo'yicha investitsiya loyihasing umumiy samarasini aks ettiruvchi asosiy ko'rsatkich sifatida sof joriy qiymat indikatorini tavsiya etiladi. Sof joriy qiymat ko'rsatkichining muhim xususiyati moliyaviy resurslar tahliliga bevosita bog'liq bo'lib, uni boshqa barcha ko'rsatkichlardan ajratib turadi va investitsiya portfelining maqbulligini tahlil qilishda asosiy o'rinni egallaydi. Diversifikatsiya loyihasing iqtisodiy samaradorligini baholash uchun nazorat ko'rsatkichi sifatida ichki rentabellik darajasi (diversifikatsiya qilish uchun investitsiya loyihasing xavf darajasi

ko'rsatkichi bo'lib xizmat qiladi va pul oqimini baholashda mumkin bo'lgan xatolar xavfini kamaytiradi) indikatoridan foydalanish mumkin.

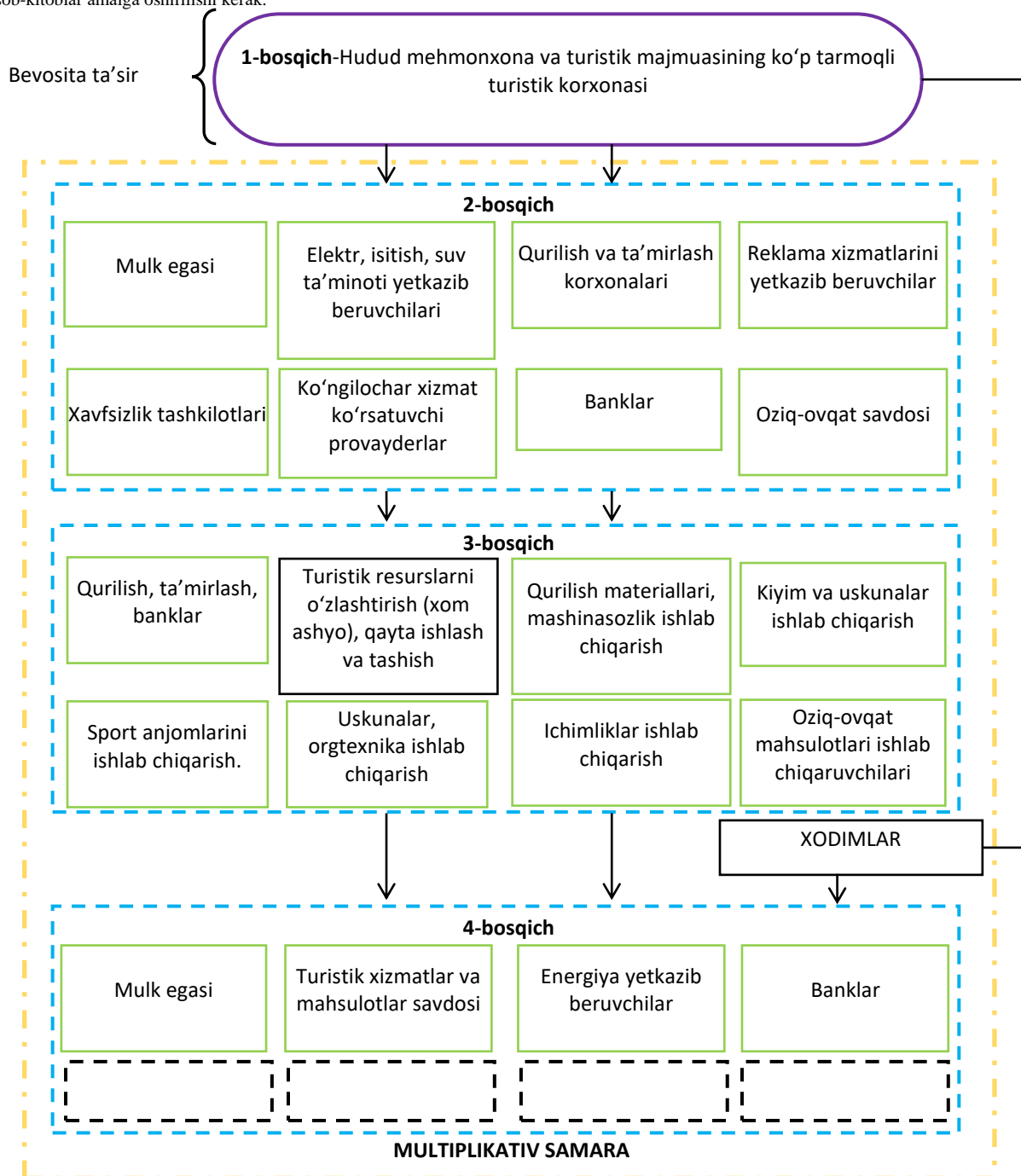
4. Turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiyalash uchun investitsiya loyihasing amalga oshirishdan tushgan daromadlarning mavsumiylik omilini baholash. Mavsumiylik omilini hisobga oladigan ko'rsatkich sifatida turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish bo'yicha investitsiya loyihasing amalga oshirishdan olingan daromadlarning mavsumiylik koeffitsiyentini bir necha yillar davomida o'rtacha oylik darajadan butun davr mobaynida sotilgan xizmatlarning o'rtacha oylik hajmiga foiz sifatida hisoblash kerak. Ushbu parametрни oddiy o'rtacha

<sup>1</sup> Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

usul yordamida hisoblash tavsiya etiladi, chunki xizmatlarni sotish hajmining yillik o'zgarishi yil davomida ma'lum (doimiy) darajada o'zgarib turganda maqbuldir. Turistik korxonalar tomonidan alohida oylar kontekstida sotiladigan xizmatlar hajmining yillik dinamikasining barqaror emasligi, balki tasodifiy miqdorlarni aniqlash uchun bir necha yillar davomida hisob-kitoblar amalga oshirilishi kerak.

5. Turistik xizmatlar va mahsulotlarni miqdor va sifat jihatdan diversifikatsiyalashning hudud iqtisodiyotga ta'sirini aniqlash.

Sayyohlik majmuasini hudud iqtisodiyotiga diversifikatsiya qilish bo'yicha investitsiya loyihasining bilvosita ta'sirining tarkibiy modeli ishlab chiqildi (2-rasm).



2-rasm. Turistik xizmatlar va mahsulotlarni miqdor va sifat jihatdan diversifikatsiya qilish natijasida yuzaga keladigan multiplikativ ta'sirni boshqarish modeli<sup>2</sup>

Birinchi bosqichni turistik xizmatlar va mahsulotlar bevosita diversifikatsiyalangan korxonalar egallaydi. Bu yerda diversifikatsiyalashning asosiy jarayonlari amalga oshiriladi. Turistlarning yashash joyidagi xarajatlari, transport xarajatlari, savdo, maishiy xizmat, aloqa, dam olish va ko'ngilochar xizmatlar hamda boshqa xizmatlarning miqdor va sifat ko'rsatkichlari aniqlanadi. Xizmat ko'rsatish sohasidagi turistik korxonalar uchun investitsiyalar hajmi, ish haqi darajasi, qo'shimcha ish o'rinlari va boshqalar bilan tasniflanadi. Mamlakat, hududiy va shahar budjetlari uchun qo'shimcha soliqlar, to'lovlar miqdorining ortishi, yig'imlar bilan ifodalanadi. Shunday qilib, mablag'lar hudud iqtisodiyoti va ijtimoiy sohasi uchun ishlay boshlaydi. Davlat

turistik korxonalar xizmat va mahsulotlarini diversifikatsiya qilishning iqtisodiyotga bilvosita ta'siri nafaqat sayyohlarning xarajatlarga, balki ushbu siklga jalb qilingan aholi va korxonalarini to'plash (tejash) moyilligiga bog'liq, ya'ni har bir aylanmada mablag'larning bir qismi ular bilan qoladi.

Bilvosita ta'sir (ikkinchi va uchinchi bosqichlar) turistik korxonaga boshqa korxonalar tomonidan nafaqat joriy faoliyatni amalga oshirish, balki turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiya qilish bo'yicha investitsiya loyihasini amalga oshirish uchun ko'rsatiladigan xizmatlarni ham o'z ichiga oladi. Dastlabki xarajatlarni bilan bog'liq ta'sir har bir keyingi bosqichda kichikroq bo'ladi. Turistik korxonalar tomonidan olingan

<sup>2</sup> Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

daromad korxonaning rekonstruksiya qilish va rivojlantirish (investitsiya loyihalarini amalga oshirish), yangi ish o'rinlari yaratish, zaxira va sug'urta fondlarini to'plash hamda turistik xizmatlar uchun to'lov kabi asosiy maqsadlariga sarflanadi.

Induksiya qilingan ta'sir xodimlarga to'lanadigan ish haqidan shakllanadi, keyinchalik ular turli iqtisodiy sohalarga sarflanadi (to'rtinchi bosqich).

Ekspertlar fikriga ko'ra, mavjud bozorlarda raqobatbardosh bo'lish uchun turistik korxonalar turistik xizmatlar va mahsulotlarni ishlab chiqarishni miqdor va sifat jihatdan diversifikatsiyalashga kompleks yondashuvni amalga oshirishi kerak. [10]

Barqarorlik turistik korxonaning tashqi va ichki ta'sirlarga nisbatan holatini tavsiflaydi. Uning holati yanada barqaror bo'lib, tashqi ta'sirlar va ichki siljishlar bilan avvalgisidan kamroq o'zgarishlar va og'ishlarga duchor bo'ladi. Shuning uchun turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiyalashning maqbul variantini tanlashda turistik korxonaning iqtisodiy barqarorligi darajasiga ta'siri hisobga olinishi kerak. Shu o'ziga xos xususiyatlarni inobatga olib, diversifikatsiyalangan turistik xizmatlar va mahsulotlarning maqbul tuzilishini va uning cheklangan pul resurslari sharoitida korxonaning moliyaviy barqarorligiga ta'sirini hisoblash modeli ishlab chiqildi.

$x(t) = (x_0(t), x_1(t), \dots, (x_n(t)))$  - vektor-  $t$ -vaqt davri uchun turistik xizmatlar va mahsulotlar turlarining hajmlari qatori, bu yerda  $x_0(t)$ -  $t$ -vaqt davri uchun asosiy turistik xizmatlar va mahsulotlar ishlab chiqarish hajmi,  $x_1(t), \dots, (x_n(t))$ -  $t$ -vaqt davri uchun diversifikatsiyalangan turistik mahsulotlar turlarining hajmlari to'plami;

$p(t) = (p_0(t), p_1(t), \dots, (p_n(t)))$  -  $t$ -davrdan ishlab chiqarilgan turistik mahsulotlarni sotish narxlarining vektor chizig'i;

$w(t) = (w_0(t), w_1(t), \dots, (w_n(t)))$  - turistik korxonaning ishlash oralig'ida  $t$ -davrdan turistik mahsulot birligini ishlab chiqarish uchun foydalaniladigan resurslar narxlarining vektor qatori  $T = [1, 2, \dots, N]$ .

Iqtisodiy resurslar va turistik mahsulotlar tannarxi o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi ishlab chiqarish funksiyalari rasmiy ravishda quyidagicha ifodalanadi:

$$X_l = F(x_l(t)), \quad l = 0, 1, \dots, n,$$

bu holatda har bir turistik mahsulot turi uchun  $P(x_l(t))$  yalpi foyda qiymat bo'ladi.

$$P(x_l(t)) = p_l F(x_l(t)) - [w_l \cdot x_l(t) + c_0], \quad l = 0, 1, \dots, n,$$

Bu yerda,  $TR(x_l(t), p_l) = p_l F(x_l(t))$  - pul ko'rinishidagi tushum (turistik mahsulot aylanmasi), sotilgan turistik xizmatlar va mahsulotlar hajmi;  $TC(x_l(t), w_l) = p_l \cdot x_l(t) + c$  - turistik mahsulotni ishlab chiqarishning umumiy qiymati, shu jumladan o'zgaruvchan  $w_l \cdot x_l(t)$  ishlab chiqarish xarajatlari va  $c_0$  doimiy xarajatlar.

Korxonada uchun barcha turdagi turistik mahsulotlar (xizmatlar) bo'yicha  $N$  davrdagi umumiy yalpi foyda bo'ladi

$$P_{\Sigma}(x_l(t)) = \sum_{t=1}^N \sum_{l=0}^n P(x_l(t))$$

### 3-rasm. Turistik korxonalarda turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiyalashni boshqarish uslubiyoti<sup>3</sup>

Korxonada xizmatlarni diversifikatsiyalash to'g'risida qaror qabul qilish davrida turistik korxonaning texnologik qurollanganligi, asosiy

Intensiv  $q_l = \frac{dx_l(t)}{dp_l}$  asosiy savdo turistik mahsulotlar va diversifikatsiyalangan turistik xizmatlar va mahsulotlar, sotish narxiga qarab, uni farqlanadigan funksiyalar shaklida ifodalaymiz

$$q_l = q(x_l(t), p_l), \quad l = 0, 1, \dots, n,$$

Eng oddiy holatda, turistik korxonada faoliyatining moliyaviy barqarorligi shartining bajarilishi bilan bog'lanadi.

$$P_{\Sigma}(T) \geq P_*$$

Bu yerda,  $P_*$  - ishlab chiqarish hajmining  $x_l^0(t)$  zararsizlik nuqtasiga to'g'ri keladigan pul ko'rinishidagi yalpi foydaning minimal hajmi, ya'ni  $P(x_l(t)) = 0$  bo'lganda va korxonada  $T = [1, 2, \dots, N]$  oralig'ida ishlashi mumkin.

Turistik korxonaning (moliyaviy) barqarorlik darajasini baholash mezonini sifatida o'lchovsiz qiymatni joriy etish taklif etiladi

$$\gamma = \frac{P_{\Sigma}(T) - P_*}{P_*}$$

Shu bilan birga, korxonaning barqarorligini quyidagi shaklda baholanadi:

- agar qiymat  $\gamma \geq 1$  bo'lsa, turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiyalashga potensial mavjud hisoblanadi;
- agar qiymat  $\gamma \in [0, 1]$  bo'lsa, turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiyalash beqaror xarakterga ega;
- agar qiymat  $\gamma \leq 0$  bo'lsa, turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiyalash foydasiz hisoblanadi.

$q_l(1)$  talab funksiyalarini hisobga olgan holda cheklangan pul resurslari sharoitida asosiy va diversifikatsiyalangan turistik xizmatlar va mahsulotlarning maqbul tuzilishini tanlash ko'p mezonli vektorni optimallashtirish muammosiga qisqartiriladi:

$$(P(x_0(t)), P(x_1(t)), \dots, P(x_n(t))) \rightarrow \max_{(x_0, x_1, \dots, x_n)}$$

ushbu shartlar bajarilganda:

a) yalpi foyda barcha xarajatlarni qoplashi kerak

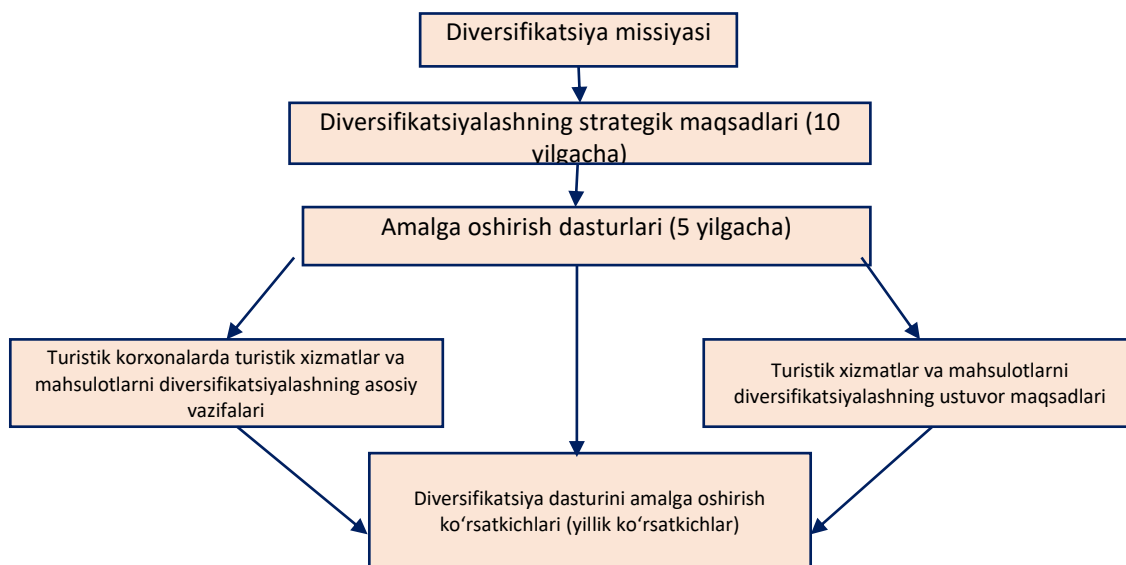
$$\sum_{t=1}^N \sum_{l=0}^n P(x_l(t)) \geq P_*$$

b) turistik korxonada mahsulotlari va diversifikatsiyalangan turistik mahsulotlarni ishlab chiqarish xarajatlari  $C^*$  davrida belgilangan  $T$  qiymatidan oshmasligi kerak

$$\sum_{t=1}^N \sum_{l=0}^n w_l(x_l(t)) \leq C^*$$

Taxmin qilish mumkinki, muammoning samarali yechimi (1)-(9) turistik korxonada faqat optimal diversifikatsiya siyosati bilan barqaror bo'ladi.

Ushbu yondashuv barcha kerakli ma'lumotlar, bilim va malakalarni qamrab oladigan umumiy diversifikatsiya metodologiyasiga qo'shilishi mumkin. Ushbu metodologiyadan kelib chiqib, turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiyalashni boshqarishning umumiy tuzilishi ishlab chiqildi (3-rasm).



<sup>3</sup> Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

birga, diversifikatsiya davlat budjetini moliyalashtirishni qisqartirish xavfini qisqartirishga va hatto ushbu sharoitda kapitalashuv darajasini oshirishga imkon berdi.

Shu sababli, sayyohlik xizmatlari va tovarlarini turlilashtirish jarayonidan oldin, sayyohlik tashkilotining ishlab chiqarish salohiyatini aniqlashga qaratilgan chora-tadbirlar majmuasini, ayrim yangi yuqori texnologik sayyohlik tovarlarini joriy etishning moddiy, texnik va kadrlar imkoniyatlarini chuqur va tizimli o'rganish zarur. Ushbu chora-tadbirlar tizimi turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalashning miqdoriy va sifat jihatidan tahlil qilishni boshqarish tushunchasi birlashtiradi.

**Muhokama.** Mazkur tadqiqot doirasida turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalashda miqdoriy va sifat jihatidan kompleks diagnostika qilishning nazariy va amaliy asoslari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotda ishlab chiqilgan uch mezonli baholash tizimi – turistik resurs potensialidan foydalanish samaradorligi, diversifikatsiya loyihasining investitsiya samaradorligi va sinergetik ta'sir – an'anaviy investitsiya tahlili metodlaridan farqli o'laroq, turizm sohasining o'ziga xos xususiyatlarini o'liq hisobga oladi. Xususan, birinchi guruh ko'rsatkichlari umumiy iqtisodiy tahlilni ta'minlash, ikkinchi guruh ko'rsatkichlari turistik korxonalarining mavsumiy va siklik xususiyatlarini hisobga olgan holda moliyaviy boshqaruv samaradorligini aniqlashga imkon beradi. Bu Benur va Bramwell tomonidan asoslab berilgan destinatsiyalarning raqobatbardoshligini ta'minlashda mahsulot diversifikatsiyasining hal qiluvchi roli g'oyasini miqdoriy jihatdan mustahkamlaydi.

Multiplikativ ta'simi boshqarish modelining to'rt bosqichli tuzilishi turizm investitsiyalarining hudud iqtisodiyotiga ko'rsatadigan zanjirli ta'sirini aniq ifodalab beradi. Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, turistik korxonalariga yo'naltirilgan investitsiyalarning bilvosita ta'siri to'g'ridan-to'g'ri ta'sirdan kam bo'lmagan, ba'zi hollarda esa undan oshib ketadigan iqtisodiy samara beradi. Bu Trebicka tomonidan Albaniya misolida isbotlangan va Nugraha va Flora tomonidan qirg'oq turizmi hududlarida tasdiqlangan multiplikativ samara nazariyasi bilan to'liq mos keladi. Bundan tashqari, iqtisodiyot tarmoqlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik qanchalik yaqin bo'lsa, multiplikator samarasi shunchalik yuqori bo'lishi aniqlangan, bu esa ichki turizm bozorini rivojlantirish orqali hududlarda barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash imkoniyatini ko'rsatadi.

Cheklangan pul resurslari sharoitida maqbul diversifikatsiya tuzilishini tanlashga mo'ljallangan matematik model amaliy ahamiyatga ega.  $\gamma$  ko'rsatkichi asosida diversifikatsiyalashning maqsadga muvofiqligini uch holatda baholash imkoniyati – potensial mavjudligi ( $\gamma \geq 1$ ), beqaror xarakter ( $\gamma \in [0,1]$ ) va foydasizlik ( $\gamma \leq 0$ ) – turistik korxonalar rahbarlariga ilmiy asoslangan strategik qarorlar qabul qilishda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Solarin va boshq. (2023) ning turizm bozorlarini diversifikatsiyalashning iqtisodiy o'sishga ta'sirini dinamik regression yondashuv orqali o'rganishlari bilan qiyoslanganda, mazkur tadqiqotda taklif etilgan model korxonalar darajasidagi moliyaviy barqarorlikni hududiy iqtisodiy samara bilan bog'liqligini yanada aniqroq ifodalab beradi.

Shunday bo'lsa-da, tadqiqotning bir qator cheklavlari mavjud. Ishlab chiqilgan modellar O'zbekiston turistik korxonalarini misolida sinab ko'rilgan bo'lib, kelajakdagi tadqiqotlarda empirik ma'lumotlar asosida modellarni tasdiqlash zarur. Bundan tashqari, S. Salimova [8] tomonidan ko'rsatilganidek, turizm marshrutlarini diversifikatsiyalash fazoviy to'planishni 19-27% ga kamaytirishi mumkinligi inobatga olinsa, ushbu tadqiqotdagi modelni hududiy miqyosda ham sinash maqsadga muvofiq

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. B. Dehqonov. O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan dissertatsiyasi. –T.: TDIU. 2024 y. – 154-b.
2. Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213–224. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005>
3. Zigern-Korn, N. V. (2018). Diversification of tourism product as the proper way for regional tourism development strategies. *5th International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social Sciences & Arts SGEM 2018*. <https://www.researchgate.net/publication/329927843>
4. Solarin, S. A., Ulucak, R., & Erdogan, S. (2023). Assessing the economic impacts of tourism markets and activities diversification: Evidence from a new dynamic regression approach. *Journal of Travel Research*, 63(8), 2078–2093. <https://doi.org/10.1177/00472875231203395>
5. Raxmonov, A. (2024). International experience of tourist product diversification. *Iqtisodiy Taraqqiyot va Tahlil*.

bo'ladi. **Xulosa.** Mazkur tadqiqot turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalashda miqdoriy va sifat jihatidan kompleks diagnostika qilishning nazariy asoslarini ishlab chiqishga hamda amaliy metodologiyasini shakllantirishga qaratilgan bo'lib, quyidagi asosiy xulosalar olindi.

Turistik korxonalarining investitsiya siyosati turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalash strategiyasining ajralmas qismi ekanligi asoslab berildi. Investitsiya faoliyatining uzoq muddatli samaradorligi ko'p jihatdan diversifikatsiya yo'nalishlarining to'g'ri tanlanishiga, kadrlar malakasiga, mehnat unumdorligiga, yangi bozor kanallariga kirish imkoniyatiga va xorijiy sheriklar bilan hamkorlik aloqalarining kengayishiga bog'liqligi aniqlandi.

Turizm sohasining o'ziga xos xususiyatlarini – mavsumiylik, “ko'rinmas eksport” paradoksi, turistik talabni faqat xizmat ko'rsatish joyida qondirish – hisobga olgan holda turistik korxonalar faoliyatini baholashning ikki guruhli ko'rsatkichlar tizimi ishlab chiqildi. Birinchi guruh umumiy iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlarini, ikkinchi guruh esa turizm sohasiga xos moliyaviy boshqaruv ko'rsatkichlarini o'z ichiga oladi. Ushbu tizim turistik korxonalarining ko'p tarmoqli resurs salohiyati va ishlab chiqarish imkoniyatlarini obyektiv baholashga imkon beradi.

Investitsiya loyihalarining iqtisodiy samaradorligini baholashda uch mezonli metodologiya taklif etildi: turistik resurs potensialidan foydalanish samaradorligi, diversifikatsiya loyihasining investitsiya samaradorligi va sinergetik ta'sir. Ushbu metodologiya besh bosqichli ketma-ket baholash jarayonini o'z ichiga olib, diskontlangan va buxgalteriya hisob-kitoblari usullarini, mavsumiylik omilini baholashni hamda hududiy iqtisodiyotga ta'siri aniqlashni qamrab oladi.

Turistik xizmatlar va mahsulotlarni diversifikatsiya qilish natijasida yuzaga keladigan multiplikativ ta'sirni boshqarish modeli ishlab chiqildi. To'rt bosqichli multiplikativ ta'sir modeli to'g'ridan – to'g'ri ta'sir, bilvosita ta'sir va induksiya qilingan ta'sir turizm investitsiyalarining hudud iqtisodiyotiga ko'rsatadigan zanjirli samarasini miqdoriy jihatdan baholash imkonini beradi. Iqtisodiy tarmoqlar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik qanchalik yaqin bo'lsa, multiplikator samarasi shunchalik yuqori bo'lishi isbotlandi.

Cheklangan pul resurslari sharoitida asosiy va diversifikatsiyalangan turistik mahsulotlarning maqbul tuzilishini tanlash ko'p mezonli vektorli optimallashtirish masalasi sifatida matematik jihatdan asoslab berildi. Turistik korxonaning moliyaviy barqarorlik darajasini baholash uchun  $\gamma$  (gamma) ko'rsatkichi joriy etildi. Ushbu ko'rsatkich asosida diversifikatsiyalashning uch holati – potensial mavjudligi, beqaror xarakter va foydasizlik – aniq mezonlar asosida farqlanadi, bu esa turistik korxonalar rahbarlariga strategik qarorlar qabul qilishda muhim amaliy vosita bo'lib xizmat qiladi.

Tadqiqot natijasida turistik mahsulotlar va xizmatlarni diversifikatsiyalashning miqdoriy va sifat jihatidan kompleks diagnostika qilishga yo'naltirilgan yaxlit metodologik baza shakllantirildi. Ushbu metodologiya O'zbekiston turizm sektorida turistik korxonalar faoliyatini ilmiy asosda boshqarish, investitsiya loyihalarining samaradorligini oshirish va hududlarda barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash uchun keng qo'llanilishi mumkin.

Kelajakdagi tadqiqotlarda ishlab chiqilgan modellarni O'zbekiston turistik korxonalarini bo'yicha empirik ma'lumotlar asosida sinovdan o'tkazish, turli hududlar kesimida qiyosiy tahlil o'tkazish hamda raqamli texnologiyalar va sun'iy intellektni diversifikatsiya boshqaruviga integratsiya qilish yo'nalishlarini o'rganish maqsadga muvofiq.

6. Trebicka, B. (2016). Tourism as a multiplier effect in economy: The case of Albania. *International Journal of Business and Management Innovation*, 5(1), 17–21.
7. Nugraha, Y. E., & Flora, V. A. S. M. (2022). Economic impact of tourism development in coastal area: A multiplier effect analysis approach. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220301.022>
8. Salimova, S. (2026). Tourism route diversification as a driver of sustainable regional development: A comparative analysis of developing countries. *AJSHR*, 7(3). <https://doi.org/10.31150/ajshr.v7i3.4658>
9. Solarin, S. A., Lasisi, T. T., & Bekun, F. V. (2024). An evaluation of the footprint of diversification strategy in the tourism sector: A global perspective. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2405630>
10. Lee S.U., Kang J. Technological diversification through corporate venture capital investments: creating various options to strengthen dynamic capabilities // *Industry and innovations*. — 2015. — Vol. 22. — No. 5. — P. 349–374