



## ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ САМАРАДОРЛИГИНИ БАҲОЛАШ ВА УНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Астанакүлов Олим Таштемирович

DSc, проф., Ўзбекистон халқаро ислом академияси

“Ислом иқтисодиёти ва молияси, зиёрат туризми” кафедраси мудири,

Тошкент, Ўзбекистон.

E-mail: [astanakulov@gmail.com](mailto:astanakulov@gmail.com)

MAQOLA HAQIDA	ANNOTATSIYA
<p><b>Qabul qilindi:</b> 24-dekabr 2024-yil <b>Tasdiqlandi:</b> 26-dekabr 2024-yil <b>Jurnal soni:</b> 13 <b>Maqola raqami:</b> 3 <b>DOI:</b> <a href="https://doi.org/10.54613/ku.v13i.1014">https://doi.org/10.54613/ku.v13i.1014</a> <b>KALIT SO'ZLAR/ КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА/ KEYWORDS</b></p>	<p>Ушбу мақола Ўзбекистон Республикасида туризм индустрияси самарадорлигини ўрганиш бўйича илмий тадқиқотларга бағишланган. Иш доирасида туризм хизматлари экспорти, соҳада бандлик даражаси, хорижий сайёҳлар сони ўзгариши ва туризмнинг ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) шаклланишига қўшган ҳиссаси каби асосий макроиқтисодий ва тармоқ кўрсаткичларининг кенг қамровли таҳлили ўтказилди. Корреляция ва регрессия таҳлилидан фойдаланиш ушбу кўрсаткичлар ўртасида статистик жиҳатдан муҳим боғлиқлик мавжудлигини аниқлашга, шунингдек, уларнинг туризм саноати самарадорлиги ва рақобатбардошлигини умумий оширишга сезиларли таъсирини аниқлашга имкон берди. Ижобий тенденцияларга қарамай, меҳмонхона фонднинг кам бандлиги ва инфратузилмани яхшилаш зарурати каби муаммолар мавжуд. Мақолада туризм инфратузилмасини ривожлантириш, рақамли технологияларни жорий этиш, маркетинг стратегияларини оптимallasштириш ва ходимлар малакасини ошириш бўйича тавсиялар берилган.</p>

**Кириш.** Туризм жаҳон иқтисодиётининг жадал ривожланаётган тармоқларидан бири бўлиб, ижтимоий-иқтисодий ривожланишга, иш ўринлари яратишга, инвестицияларни жалб қилишга ва маданий алмашинувни рағбатлантиришга хизмат қилади. Глобаллашув ва рақамли трансформациянинг замонавий шароитида туризм индустриясини самарали бошқариш минтақалар ва мамлакатларнинг барқарор ривожланишининг асосий омилига айланмоқда. Бу, айниқса, туризм миллий иқтисодиётга сезиларли таъсир кўрсатиши мумкин бўлган стратегик соҳа сифатида қараладиган Ўзбекистон каби мамлакатлар учун жуда муҳим.

Туризм самарадорлигини ўрганишнинг долзарблиги унинг иқтисодий ва ижтимоий ривожланишга қўшган ҳиссасини баҳолаш зарурати билан боғлиқ. Туризмнинг яққол аҳамиятига қарамай, кўплаб мамлакатлар туристик оқимларнинг нотенас тақсимланиши, экологик оқибатлар ва мавжуд ресурслардан этарли даражада фойдаланилмаслиги билан боғлиқ муаммоларга дуч келмоқда<sup>1</sup>. Шу муносабат билан туризм самарадорлигини баҳолашнинг замонавий услубларини ишлаб чиқиш ва қўллаш зарурати туғилади. Бу нафақат соҳанинг ҳозирги ривожланиш даражасини белгилаб беради балки ўсиш нуқталарини ва салоҳият ортинини ҳам аниқлайди.

Шуни ҳам таъкидлаш керакки, туризм самарадорлигини баҳолаш нафақат иқтисодий, балки ижтимоий аҳамиятга эга. Туризм фаолияти аҳоли турмуш сифатини яхшилаш, маданий алмашинувни ривожлантириш ва халқаро ҳамкорликни мустаҳкамлашга хизмат қилмоқда. Шу билан бирга, туризмнинг атроф-муҳитга салбий таъсирини минимallasштириш учун экологик жиҳатларни ҳисобга олиш муҳимдир. Шундай қилиб, туризм самарадорлиги бўйича олиб борилаётган тадқиқотлар нафақат ҳозирги муаммоларга жавоб беради, балки барқарор ривожланиш мақсадларига эришишга ҳам ҳисса қўшади.

**Адабиётлар таҳлили.** Туризм фаолият самарадорлигини баҳолаш мураккаб ва кўп қиррали жараён бўлиб, турли кўрсаткичларни, жумладан, иқтисодий, ижтимоий ва экологик кўрсаткичларни ҳисобга олган ҳолда комплекс ёндашувни талаб қилади. Адабиётларда туризм самарадорлигини баҳолашнинг бир қанча назарий ёндашувлари, усуллари ва моделлари мавжуд

бўлиб, улар нафақат унинг иқтисодий ривожланишга таъсирини тушуниш, балки атроф-муҳит ва маҳаллий ҳамжамият учун оқибатларини баҳолаш имконини беради.

Туризм фаолиятини баҳолашда асосий жиҳатлардан бири туризмнинг табиат ва атроф-муҳитга таъсирини баҳолашга ёрдам берувчи экологик кўрсаткичлардан фойдаланиш ҳисобланади. Scrucca ва б. (2016) табиий ресурслар ва экотизимларга таъсир қилиш каби, кўплаб иштирокчиларни жалб қиладиган фестиваллар ёки халқаро конференциялар каби тадбирларнинг экологик жиҳатларни кўриб чиқади<sup>2</sup>. Ушбу кўрсаткичлар туризмнинг табиий объектларга таъсирини ва узоқ муддатли истиқболда экотизимларнинг барқарорлигини баҳолаш учун айниқса муҳимдир. Бундай фаолиятнинг самарадорлиги атроф-муҳитга салбий таъсирларни камайтириш ва барқарорликни оширишга қаратилган кенг қамровли тадқиқотлар орқали баҳолашни мумкин.

Яна бир муҳим ёндашув туризмни баҳолашда тарихий кузатиш ва назарий таҳлилдан фойдаланишдир. Ху, Yao, ва Mo (2011) туризм тизимидаги муносабатларни тушуниш учун назарий моделларни қўллаш муҳимлигини, шунингдек, турли туризм ташаббусларининг самарадорлигини туғри баҳолаш учун тарихий маълумотлардан фойдаланган ҳолда ушбу моделларни синаб кўриш зарурлигини таъкидлайди<sup>3</sup>. Тарихий таҳлил нафақат муваффақиятли амалиётларни аниқлашга, балки талаб ва таклифдаги ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда келажакдаги режаларни тузатишга ёрдам беради.

Туризм самарадорлиги ва натижадорлиги ўртасидаги боғлиқликни таҳлил қилиш ҳам муҳим таркибий қисм ҳисобланади. Niavis ва Tsiotas (2019) турли ҳудудларда бозор улуши ва йиллик ўсиш суръатлари ўртасидаги муносабатни таҳлил қилиш учун Spearman корреляция коэффиенти каби статистик усуллардан фойдаланади<sup>4</sup>. Бу турли омиллар туризм индустриясининг умумий кўрсаткичларига қандай таъсир қилишини яхшироқ тушуниш ва туризм билан боғлиқ иқтисодий ривожланишнинг асосий тенденцияларини аниқлаш имконини беради.

Сўнгги йилларда туризм индустриясининг турли тармоқларига мослаштирилиши мумкин бўлган турли моделлар ва

<sup>1</sup> Astanakulov O., Eid M., Khushvakt K., Muslimakhon S. (2025). IoT Innovations for Transforming the Future of Tourism Industry: Towards Smart Tourism Systems. Journal of Intelligent Systems and Internet of Things, 153-164. doi: <https://doi.org/10.54216/JISIT.140213>

<sup>2</sup> Scrucca F., Severi C., Galvan N., Brunoi A. (2016). A new method to assess the sustainability performance of events: Application to the 2014 World Orienteering Championship. Environmental Impact Assessment Review, 56. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2015.08.002>

<sup>3</sup> Xu J., Yao L., Mo L. (2011). Simulation of low-carbon tourism in world natural and cultural heritage areas: An application to Shizhong District of Leshan City in China. Energy Policy, 39. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2011.04.047>

<sup>4</sup> Niavis S., Tsiotas D. (2019). Assessing the tourism performance of the Mediterranean coastal destinations: A combined efficiency and effectiveness approach. Journal of Destination Marketing & Management, 14. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100379>

концепциялар орқали туризм фаолиятини баҳолашга ёндашув ривожланмоқда. Plzakova (2022) таъкидлаганидек, аниқроқ баҳолаш учун ҳар бир ҳудуднинг ўзига хос хусусиятларини, жумладан, маданий хусусиятлар, туристик оқим турлари ва инфратузилма хусусиятлари каби омилларни ҳисобга оладиган махсус асослар ва моделларни ишлаб чиқиш зарур<sup>5</sup>. Шундай қилиб, туризм самарадорлигини баҳолаш нафақат миқдорий маълумотларни, балки туристлар ва маҳаллий аҳоли томонидан идрок этиш каби сифат жиҳатларини ҳам ўз ичига олган кўп қиррали жараёнга айланади.

Тадқиқотнинг яна бир муҳим йўналиши - бу барқарор туризм назариясига асосланган баҳолаш ёндашувларидан фойдаланиш. Suno Vu, Barbrook-Jonson ва Font (2021) фаолият ва ресурсларни барқарор ривожланиш ва экологик рискларни минималлаштириш каби мақсадли натижалар билан боғлайдиган баҳолаш моделини таклиф қилади<sup>6</sup>. Назарий модель туристик аралашувлар самарадорлигини ошириш ва уларнинг ижобий таъсирини ошириш учун аралашувни талаб қиладиган асосий нуқталарни аниқлаш имконини беради.

Замонавий туризм тадқиқотлари, шунингдек, сайёҳлик хатти-ҳаракатлари ва барқарор амалиётларга қаратилган. Shin ва Kang (2023) туристик хатти-ҳаракатларга таъсир қилувчи омилларни таҳлил қилиш муҳимлигини таъкидлайди, шунингдек, туризмда барқарор амалиётлардан фойдаланиш узоқ муддатли самарадорликка қандай таъсир қилиши мумкинлигини ўрганади<sup>7</sup>. Туризм самарадорлиги ресурсларни бошқариш, барқарорлик ва маданий ҳамда ижтимоий ўзаро алоқаларни ривожлантириш билан чамбарчас боғлиқ бўлиб, баҳолашни янада кўп қиррали ва мураккаб қилади.

Рақамли технологияларнинг жадал ривожланиши ва глобал иқлим ўзгариши каби кўплаб янги муаммоларни ҳисобга олган ҳолда туризм самарадорлигини ўлчаш соҳасидаги илмий мунозаралар давом этмоқда. Баъзи тадқиқотчиларнинг фикрича, мавжуд баҳолаш усуллари ҳар доим ҳам туризмнинг маҳаллий жамоалар ва экотизимларга ҳақиқий таъсирини аниқ эътирмайди. Турли хил ёндашувлар, ҳам прогноз, ҳам ретроспектив бўлиб, уларнинг ҳеч бири туризм фаолиятини баҳолаш билан боғлиқ барча саволларга универсал жавоб бера олмайди. Бундан ташқари, қўлланиладиган моделлар кўпинча натижага таъсир қилувчи барча омилларни ҳисобга олиш қийинлиги туфайли чекланган имкониятларга эга.

Туризм фаолияти самарадорлигини баҳолашда турли усуллар ва моделлардан фойдаланишни талаб қилади. Экологик, ижтимоий ва иқтисодий кўрсаткичларнинг киритилиши, шунингдек, назарий ёндашувлар ва амалий тадқиқотлардан

фойдаланиш туризмнинг жамият ҳаётининг турли жабҳаларига таъсирини янада аниқроқ баҳолашга ёрдам беради. Замонавий туризм тадқиқотлари нафақат қисқа муддатли манфаатларни, балки атроф-муҳит ва маҳаллий ҳамжамиятларга узоқ муддатли таъсирларни ҳам ҳисобга оладиган барқарор ёндашув ва таҳлилнинг муҳимлигини таъкидлайди.

**Тадқиқот методологияси.** Ўзбекистонда туризм самарадорлигини баҳолаш учун Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Статистика агентлиги томонидан тақдим этилган 2016 – 2023 йилларга мўлжалланган статистик маълумотлар асосида комплекс иқтисодий таҳлил ўтказилди. Мақолада хорижий ва маҳаллий сайёҳлар сони, туристик хизматлар экспорти ҳажми, меҳмонхоналар фондининг тўлдирилганлиги, соҳада бандлик даражаси ва туризмнинг мамлакат ялпи ички маҳсулотига қўшган ҳиссаси каби асосий кўрсаткичлар таҳлил этилган.

Таҳлил қўйидаги усуллар ёрдамида амалга оширилди: кўрсаткичлар ўртасидаги муносабатларни аниқлаш учун корреляция таҳлили, таъсир моделларини яратиш учун регрессия таҳлили ва туризм ривожланиши динамикасини баҳолаш учун самарадорликни ҳисоблаш. Тадқиқот маълумотларни йиғиш ва қайта ишлаш, ўзаро боғлиқликни аниқлаш, асосий омилларни миқдорий жиҳатдан аниқлаш ва ҳулосалар чиқариш босқичларини ўз ичига олди.

Олинган натижалар туризмни ривожлантиришга хизмат қилувчи асосий омилларни аниқлаш, шунингдек, мавжуд тўсиқ ва муаммоларни аниқлаш имконини беради. Бу тармоқнинг кучли ва заиф томонларини ҳар томонлама баҳолаш ҳамда самарадорлигини ошириш ва барқарор ўсишни таъминлаш бўйича амалий тавсиялар ишлаб чиқиш имконини беради.

**Тадқиқот натижалари.** Эконометрик таҳлил турли ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичлар ўртасидаги боғлиқликни ўрганишда асосий ўрин тутди, асосланган бошқарув қарорларини қабул қилиш имконини беради. Корреляция ва регрессия таҳлили, шунингдек, самарадорлик кўрсаткичларини ҳисоблаш каби усуллардан фойдаланиш ўзгаришлар динамикасини яхшироқ тушуниш, асосий таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва кейинги ривожланишни прогноз қилиш имконини беради.

Ушбу тадқиқот доирасида Статистика агентлиги томонидан тақдим этилган маълумотлар асосида 2016–2023 йиллар учун статистик маълумотларни ўз ичига олган 1-жадвал тузилди. Ушбу маълумотларга асосланиб, асосий кўрсаткичлар ўртасидаги муносабатларни ўрганиш, таъсир моделларини қуриш ва уларнинг самарадорлик даражасини аниқлашни ўз ичига олган кенг қамровли таҳлил ўтказилди.

**1-жадвал: Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг асосий кўрсаткичлари динамикаси (2016–2023 й.)**

№	Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2016 йил	2017 йил	2018 йил	2019 йил	2020 йил	2021 йил	2022 йил	2023 йил
1	Хорижий туристлар	млн. нафар	2,03	2,69	5,35	6,75	1,5	1,88	5,23	6,63
2	Туризм хизматлари экспорти	млн. АҚШ доллари	1252,5	546,9	1041,1	1313	255,8	422,1	1609,8	2143,1
3	Ички туристлар	млн. нафар	1,9	2,1	2,26	2,48	1,07	2,16	2,47	3,31
4	Чиқиш туризми	млн. нафар	3,8	5,2	8,6	8,4	2	2,2	5,2	4,8
5	Меҳмонхона номер фондининг бандлик даражаси	фоиз	40,1	39,3	31,5	28,4	9,6	16,3	20,1	18,9
6	Туризм соҳасида банд бўлганлар	минг нафар	170,9	187,6	201	231,4	190,8	208,1	214,6	334
7	Тўғридан-тўғри туризмда яратилган ялпи ички маҳсулотнинг мамлакат ЯИМдаги улуши	фоиз	2,1	2,5	2,5	2,6	0,4	0,7	1,4	1,7
8	<b>ЯИМ</b>	млрд. сўм	<b>255421,90</b>	<b>356453,80</b>	<b>473652,80</b>	<b>594659,60</b>	<b>668038,00</b>	<b>820536,60</b>	<b>995573,10</b>	<b>1192162,50</b>

<sup>5</sup> Plzakova L. (2022). Evaluation of investments in the tourism sector with a local focus Evaluation and Program Planning, 94. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2022.102151>

<sup>6</sup> Suno Wu J., Barbrook-Johnson P., Font X. (2021). Participatory complexity in tourism policy: Understanding sustainability programmes with participatory systems mapping. Annals of Tourism Research, 90. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103269>

<sup>7</sup> Shin H., Kang J. (2023). Bridging the gap of bibliometric analysis: The evolution, current state, and future directions of tourism research using ChatGPT. Journal of Hospitality and Tourism Management, 57. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.09.001>

Корреляция таҳлили – бу турли кўрсаткичлар ўртасидаги боғлиқлик даражасини ўрганиш учун ишлатиладиган статистик усул. Унинг мақсади бир кўрсаткичнинг бошқасига нисбатан қандай ўзгаришини аниқлаш, шунингдек, иқтисодий, ижтимоий ва бошқа омилларнинг бир-бири билан қанчалик чамбарчас боғлиқлигини аниқлашдир<sup>8</sup>. Корреляция таҳлили самарадорликка таъсир қилувчи асосий омилларни аниқлаш учун туризм соҳасида кенг қўлланилади. Туризмда корреляция қайси кўрсаткичлар (масалан, туристлар сони, экспорт, тармоқда иш билан баъд

бўлганлар) иқтисодий ривожланишга кўпроқ таъсир кўрсатишини аниқлаш имконини беради. Бу, айниқса, туризм саноатининг рақобатбардошлиги ва барқарор ўсишини ошириш бўйича стратегияларни ишлаб чиқишда муҳим аҳамиятга эга.

Асосий кўрсаткичлар билан тақдим этилган 1-жадвал асосида иқтисодий кўрсаткичлар ўртасидаги муносабатларни аниқлаш учун корреляция таҳлилини ўтказамиз. Eviews 12 дастури ёрдамида қуйидаги корреляцион матрица ҳосил қиламиз.

2-жадвал

Корреляция матрицаси

	OTOUR	NTOUR	GDPTOUR	GDP	EMPTOUR	EMPL	EKSP
OTOUR	1	0.444343	0.834877	-0.177380	0.137300	0.471034	0.408214
NTOUR	0.444343	1	0.408844	0.559401	0.804566	0.101850	0.830009
GDPTOUR	0.834877	0.408844	1	-0.468048	0.005970	0.849835	0.365777
GDP	-0.177380	0.559401	-0.468048	1	0.789657	-0.739782	0.497548
EMPTOUR	0.137300	0.804566	0.005970	0.789657	1	-0.355510	0.712930
EMPL	0.471034	0.101850	0.849835	-0.739782	-0.355510	1	0.098060
EKSP	0.408214	0.830009	0.365777	0.497548	0.712930	0.098060	1

Бу ерда, Eksp – туризм хизматлари экспорти, Empl – меҳмонхона номер фондининг бандлик даражаси, Emptour – туризм соҳасида банд бўлганлар, GDP – ялпи ички маҳсулот, GDPTour – тўғридан-тўғри туризмда яратилган ялпи ички маҳсулотнинг мамлакат ЯИМдаги улуши, NTOUR – ички туристлар сони ва OTOUR – чиқиш туризми сони. Асосий омил, хорижий туристлар сони билан қолган иқтисодий омиллар билан ҳосил қилган корреляция коэффиценти кўришимиз мумкин. Ушбу корреляцион матрица ёрдамида ўзаро мультиколлениар бўлган омилларни аниқлаш мумкин. Масалан, GDPTour – тўғридан-тўғри туризмда яратилган ялпи ички маҳсулотнинг мамлакат ЯИМдаги улуши OTOUR – чиқиш туризми сони орасидаги корреляция коэффиценти  $r = 0,834877$  бўлганлиги учун улар орасида кучли боғлиқлик борлигини кўришимиз мумкин. Ҳудди шундай, Eksp – экспорт ҳамда Emptour – туризм соҳасида банд бўлганлар орасида ҳам кучли боғлиқлик бор эканлигини тасдиқлайди. Ушбу мультиколлениарлик муаммосини бартараф этиш учун регрессия тенгламасидан баъзи омилларни чиқариб ташлашга тўғри келади.

Регрессия таҳлили ўзгарувчилар ўртасидаги муносабатларни ўрганиш учун ишлатиладиган энг кучли статистик усуллардан биридир<sup>9</sup>. Регрессия таҳлилининг асосий мақсади мустақил

ўзгарувчиларнинг (омилларнинг) боғлиқ ўзгарувчига (натига) таъсирини аниқлашдир. Бу усул нафақат мавжудлигини, балки муносабатларнинг мустақамлигини аниқлашга, шунингдек, ҳар бир омилнинг ҳиссасини миқдорий баҳолашга имкон беради.

Туризмда туристлар сонини прогноз қилиш, иқтисодий кўрсаткичларнинг тармоқ ривожига таъсирини баҳолаш ва самарали стратегияларни ишлаб чиқиш учун регрессия таҳлилдан кенг фойдаланилади. Регрессия таҳлили орқали туризмнинг ўсишига ёрдам берувчи асосий омилларни аниқлаш ва унинг самарадорлигини ошириш бўйича тавсиялар бериш мумкин.

Бизнинг мисолимизда, асосий омил INTour – хорижий туристлар сони, эркин омиллар сифатида эса, Eksp – экспорт ҳажми, Empl – меҳмонхона номер фондининг бандлик даражаси, GDPTour – тўғридан-тўғри туризмда яратилган ялпи ички маҳсулотнинг мамлакат ЯИМдаги улушини танлаб олиб, қуйидаги регрессия тенгламасини тузамиз.

$$Intour_t = \beta_0 + \beta_1 \cdot Eksp_t + \beta_2 \cdot Empl + \beta_3 \cdot Gdptou_t + \varepsilon_t$$

Регрессия тенгламасининг параметрларини Eviews 12 дастурий пакети ёрдамида баҳолаймиз.

Dependent Variable: INTOUR  
Method: Least Squares  
Date: 01/03/25 Time: 18:28  
Sample: 2016 2023  
Included observations: 8

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.290567	0.387712	5.907915	0.0041
EKSP	0.001408	0.000242	5.810514	0.0044
EMPL	-0.231711	0.024846	-9.325821	0.0007
GDPTOUR	3.522454	0.347409	10.13923	0.0005
R-squared	0.986009	Mean dependent var		4.007500
Adjusted R-squared	0.975516	S.D. dependent var		2.208935
S.E. of regression	0.345644	Akaike info criterion		1.020036
Sum squared resid	0.477878	Schwarz criterion		1.059756
Log likelihood	-0.080142	Hannan-Quinn criter.		0.752135
F-statistic	93.96506	Durbin-Watson stat		2.211311
Prob(F-statistic)	0.000365			

<sup>8</sup> Шаньгин С.И. Корреляционный и регрессионный анализ: учебник для вузов / С.И.Шаньгин; ответственный редактор В.В. Ковалев. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 70 с.

<sup>9</sup> Шаньгин С.И. Корреляционный и регрессионный анализ: учебник для вузов / С.И.Шаньгин; ответственный редактор В.В. Ковалев. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 70 с.

Олинган натижаларга кўра қуйидаги коп омилли регрессия тенгламаси ҳосил қилинди

$$Intour_t = 2.29 + 0.0014 \cdot Eksp_t - 0.23 \cdot Empl + 3.52 \cdot Gdpto_u + \varepsilon_t$$

Бу ерда регрессия тенгламасининг тасодифий қисми  $\varepsilon_t$  таҳлил қилинади. Тузатилган детерминация коэффиценти ( $R^2 = 0.975$ ) регрессия моделининг боғлиқ ўзгарувчининг дисперсиясини 97.5% аниқликда тушунтиришини кўрсатади, бу эса моделнинг юқори изоҳлаш қобилиятини тасдиқлайди.

Фишер мезонининг **Р-қиймати 0.000365 < 0.05** бўлганлиги учун асосий  $H_0$  – “Регрессия тенгламаси аҳамиятсиз” гипотезаси рад этилади. Бу шуни аниқлатадики, регрессия тенгламаси статистик аҳамиятга эга ва модель маълумотлар асосида ишончли хулосалар чиқариш имконини беради.

Регрессия тенгламасининг параметрлари учун Стюдентнинг t-мезонидан фойдаланамиз. Жадвалдаги натижаларга кўра, барча t-

	INTOUR	GDPTOUR	EMPL	EKSP
Mean	4.007500	1.737500	25.52500	1073.037
Median	3.960000	1.900000	24.25000	1146.800
Maximum	6.750000	2.600000	40.10000	2143.100
Minimum	1.500000	0.400000	9.600000	255.8000
Std. Dev.	2.208935	0.846737	11.07233	642.8035
Skewness	0.106192	-0.496096	0.075707	0.248510
Kurtosis	1.286988	1.784525	1.703549	2.008833
Jarque-Bera	0.993173	0.820608	0.567904	0.409814
Probability	0.608605	0.663449	0.752803	0.814723
Sum	32.06000	13.90000	204.2000	8584.300
Sum Sq. Dev.	34.15575	5.018750	858.1750	2892374.
Observations	8	8	8	8

EvIEWS дастури ёрдамида бу омилларнинг статистикаси юқоридаги жадвалда келтирилган.

$$\varepsilon_1 = 0,37486, \quad \varepsilon_2 = 1,526138, \quad \varepsilon_3 = -1,46494$$

Эластиклик коэффицентлари таҳлиliga кўра:

– Туризм экспортининг 1% ўсиши халқаро туристлар сонининг 0.37% га ўсишига олиб келади;

– Туризмнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 1% га ошса, бу халқаро туристлар оқимига 1.52% ижобий таъсир кўрсатади.

– Аммо меҳмонхоналардаги бандлик улушининг 1% ошиши халқаро туристлар оқимини 1.47% га камайишига олиб келади.

Бу натижалар туризм соҳасида стратегик қарорлар қабул қилишда муҳим ҳисобланади, чунки улар туризм самарадорлигини ошириш учун қайси йўналишларда ислохотлар ва инвестициялар талаб қилинишини кўрсатади.

Регрессион таҳлил туризм ривожланишига таъсир этувчи асосий омиллар ва уларнинг миқдорий муносабатларини аниқлади. Натижалар шуни кўрсатадики, ялпи ички маҳсулотда туризм улушининг ортиши халқаро сайёҳлар сонининг кўпайишига ёрдам беради, меҳмонхона соҳасида бандликнинг камайиши эса қўшимча тадқиқотларни талаб қилади. Ушбу топилмалар самарали барқарор ривожланиш стратегияларини шакллантириш ва саноатнинг рақобатбардошлигини оширишда муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакатнинг туризм салоҳиятидан фойдаланиш самарадорлигини баҳолаш, туризм фаолиятининг асосий кўрсаткичларини ҳисоблаш муҳим аҳамиятга эга. Ушбу таҳлил туризм соҳасининг кучли ва заиф томонларини аниқлашга ёрдам беради, бу эса олинган маълумотлар асосида соҳани оптималлаштириш ва ривожлантириш бўйича стратегиялар ҳамда аниқ чора-тадбирларни таклиф қилиш имконини яратади<sup>10</sup>.

мезонларнинг **Р-қийматлари 0.05 дан кичик**, бу эса параметрларнинг ҳар бири статистик жиҳатдан аҳамиятли эканлигини кўрсатади.

Дурбин-Ватсон сони **d = 2.21** икки қийматига яқин бўлгани учун қолдиқлар ўртасида автокорреляция мавжуд эмас, яъни моделда қолдиқлар мустақил.

Ушбу натижалар асосида регрессия модели ишончли эканлиги ва унинг ёрдамида туризм самарадорлигини баҳолаш ҳамда ривожлантириш бўйича муҳим қарорлар қабул қилиш мумкинлиги аниқланади.

Ҳар бир эрки омил учун Эластиклик коэффицентларини қуйидаги формула ёрдамида ҳисоблаймиз:

$$\varepsilon_i = \beta_i \cdot \frac{\bar{x}_i}{\bar{y}}, \quad i = 1, 2, 3.$$

Бу ерда,  $y$  – асосий боғлиқ омил,  $x_i$  – эрки омиллар,  $\bar{x}$  – ўртача қиймат.

Туризм индустриясининг самарали фаолият юритиши учун асосий коэффицентларни ҳисоблаш орқали мамлакатнинг туризм салоҳиятидан самарали фойдаланиш даражасини баҳолаш мумкин<sup>11</sup>. Бу кўрсаткичлар мамлакатнинг туризм соҳасининг ҳозирги ҳолати ҳақида тўлиқ тасаввур ҳосил қилишга ёрдам беради ва уни янада ривожлантириш, соҳанинг камчиликларини бартараф этиш ва имкониятларни кенгайтириш учун самарали чоралар ишлаб чиқишга имконият яратади.

Туризмга тўғри келадиган рентабеллик коэффиценти ҳар бир чет эллик турист келтирган даромадни ўлчайди. Бу кўрсаткич чет эллик туристлар сони бўйича тақсимланган хизматлар экспортдан тушган даромадни ифодалайди. Рентабеллик коэффицентини ҳисоблаш учун қуйидаги формуладан фойдаланилади:

$$P = \frac{E}{XT}$$

Бу ерда:

$E$  – хизматлар экспортдан олинган даромад (млн. АҚШ доллари);

$XT$  – хорижий туристлар (млн. нафар)

2019-2023 йиллардаги натижалар қуйидаги кўринишга эга бўлди:

2019 йилда  $P = \frac{1313}{6.75} \approx 194,8$  бир туристга АҚШ доллари

2020 йилда  $P = \frac{255.8}{1.5} \approx 170,5$  бир туристга АҚШ доллари

2021 йилда  $P = \frac{422.1}{1.88} \approx 224,5$  бир туристга АҚШ доллари

2022 йилда  $P = \frac{1609.8}{5.23} \approx 307,2$  бир туристга АҚШ доллари

2023 йилда  $P = \frac{2143.1}{6.63} \approx 323,2$  бир туристга АҚШ доллари

Шундай қилиб, 2020 йилдаги COVID-19 пандемияга яъни,

<sup>10</sup> Гизатулина, О. М. (2021). Система показателей для оценки туристической деятельности в РФ. Экономические науки, 8(201), 169-174.

<sup>11</sup> Eid M., Astanakulov O., Khayitov O., Rakhmanov K., Mirzaliev S. (2025). A Comprehensive Data Fusion Analysis for Virtual Tourism Systems. *Fusion: Practice and Applications*, 315-328. doi: <https://doi.org/10.54216/FPA.170223>

кўрсаткичлар сезиларли даражада пасайганига қарамай, бир туристга тўғри келадиган рентабеллик коэффициенти 2020 йилдан бери ижобий динамикани кўрсатди. 2021 йилдан бундан ўсиш кузатилди, бу туризм соҳасида тикланиш ва ҳар бир сайёҳга тўғри келадиган даромаднинг ошганидан далолат беради.

Туризм соҳасида ишчи кучидан фойдаланиш самарадорлигини баҳолашнинг асосий кўрсаткичи бандлик даражаси бўлиб, у бир миллион хорижий туристга тўғри келадиган ишчилар сонини кўрсатади. Ушбу кўрсаткич туризмда меҳнатдан қанчалик самарали фойдаланилаётганини баҳолаш, шунингдек, меҳнат унумдорлиги ва тармоқдаги технологик такомиллаштириш тенденцияларини аниқлаш имконини беради.

Бандлик коэффициенти қуйидаги формула асосида ҳисобланади:

$$\text{Бандлик коэффициенти} = \frac{\text{Туризм соҳасида банд бўлганлар}}{\text{Хорижий туристлар}}$$

Энди 2019-2023 йилларда бандлик коэффициенти натижаларини кўриб чиқамиз:

$$2019 \text{ йилда бандлик коэффициенти} = \frac{231,4}{6,75} = 34,3$$

Бу ҳар миллион хорижий сайёҳга туризм соҳасида 34,3 минг ишчи тўғри келганини билдиради. Бу кўрсаткич туризм соҳасида бандлик даражасини акс эттиради, талаб юқори бўлишига қарамай, ортиқча эмас эди.

$$2020 \text{ йилда бандлик коэффициенти} = \frac{190,8}{1,5} = 127,2$$

Бу сайёҳлар сонининг камайиши ва туризм соҳасида иш ўринларининг қисман йўқолиши натижаси бўлди. Бироқ, шунга қарамай, хизмат кўрсатишнинг минимал даражасини сақлаб қолиш учун чоралар кўрилган эди.

$$2021 \text{ йилда бандлик коэффициенти} = \frac{208,1}{1,88} = 110,6$$

Сайёҳлар сони пандемиядан олдингига нисбатан анча паст бўлса-да, sanoat тиклана бошлади ва шу сабабли аҳоли бандлиги инқироздан олдинги йилларга нисбатан юқориликка эришди.

2022 йилда сайёҳлар сонининг ўсиши (5,23 миллион киши) ва туризм соҳасида ишчилар сонининг кўпайиши (214,6 минг) билан бандлик даражаси қуйидаги даражага камайди:

$$2022 \text{ йилда бандлик коэффициенти} = \frac{214,6}{5,23} = 41,0$$

Бу меҳнат унумдорлигидаги ижобий ўзгаришлардан далолат беради, бу туризм sanoatининг тикланиши ва ўсиши, шунингдек, сайёҳларга хизмат кўрсатиш технологияларининг такомиллашуви билан боғлиқ.

$$2023 \text{ йилда бандлик коэффициенти} = \frac{334}{6,63} = 50,4$$

Демак, ҳар миллион сайёҳга туризм соҳасида 50,4 минг ишчи тўғри келган. Бу кўрсаткич 2019 йилга нисбатан юқори бўлди, бу эса сайёҳлар сонининг ўсиши давом этаётганидан ва sanoatда бандлик даражаси ошганидан далолат беради туризмнинг ўсиши. Шу билан бирга, аҳоли бандлигининг ўсиши хизмат кўрсатиш сифатининг яхшиланиши, янги иш ўринларининг яратилиши ва туристик таклифларнинг кўпайиши ҳисобига ҳам бўлди.

2020 ва 2021 йилларда бандлик даражаси COVID-19 пандемияси туфайли ғайритабиий даражада юқори кўрсаткичларни кўрсатди. 2020 йилда хорижлик сайёҳлар сони қарийб 4 баравар камайган, бироқ туризм соҳасида ишчилар сони юқорилигича қолмоқда, бу эса бандлик даражасининг ошишига олиб келди. 2021 йилда, туризмнинг тикланишига қарамай, сайёҳлар сони ҳали ҳам паст бўлиб, бандлик кўрсаткичларини юқори даражада ушлаб турди. Бу йиллар меҳнатдан самарасиз фойдаланишни кўрсатди. 2022 ва 2023 йилларда вазият барқарорлашди ва бандлик даражаси сезиларли даражада камайди, бу sanoatнинг тикланиши ва ресурсларни оптималлаштиришни акс эттиради.

Туризм фаолиятининг яна бир муҳим кўрсаткичи туризмнинг мамлакат ялпи ички маҳсулотига (ЯИМ) қўшган ҳиссасидир. Бу кўрсаткич туризмни ривожлантириш натижасида ҳосил бўладиган иқтисодий ўлушни ўлчайди ва унинг миллий иқтисодий учун аҳамиятини баҳолайди.

#### ФОЙДАЛаниЛГАН АДАБИЁТЛАР:

1. Astanakulov, O. Eid, M. Khushvakt, K. Muslimakhon, S. (2025). IoT Innovations for Transforming the Future of Tourism Industry: Towards Smart Tourism Systems. Journal of Intelligent Systems and

Қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$\text{Туризмнинг ЯИМга қўшган ҳиссаси} = \frac{\text{ЯИМда туризм}}{\text{Умумий ЯИМ}} \times 100$$

2019 йилда туризм ялпи ички маҳсулотнинг 2,6 фоизини ташкил этди ва бу соҳанинг иқтисодийга қўшган ҳиссаси катта эканлигини кўрсатади. Бироқ 2020 йилда пандемия ва чекловлар шароитида туризмнинг ялпи ички маҳсулотдаги ўлуши кескин пасайиб, 0,4 фоизга етди. 2021 йилда вазият яхшиланди ва туризмнинг иқтисодийга қўшган ҳиссаси 0,7 фоизгача ошди. 2022 йилда бу кўрсаткич ўсишда давом этиб, 1,4 фоизни ташкил этан бўлса, 2023 йилда 1,7 фоизга етди. Бу аввалги қийинчиликларга қарамай, туризм индустрияси тикланганидан ва унинг ўсишидан далолат беради.

Шундай қилиб, туризмнинг ялпи ички маҳсулотга қўшган ҳиссаси туризмнинг мамлакатга иқтисодий таъсирини баҳолашнинг муҳим кўрсаткичи бўлиб, унинг тебранишлари ушбу соҳанинг йиллар давомида ривожланиши ҳақида қимматли маълумотларни бериши мумкин

**Хулоса ва таклифлар.** Таҳлиллар Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш барқарор иқтисодий ўсиш ва мамлакатнинг халқаро майдонда рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омил эканлигини кўрсатди. Корреляция таҳлили туристик хизматлар экспорти, тармоқдаги бандлик, хорижий сайёҳлар сони ва туризмнинг ялпи ички маҳсулотга қўшган ҳиссаси ўртасида яқин боғлиқлик мавжудлигини аниқлади. Регрессия таҳлили, ўз навбатида, ушбу кўрсаткичларнинг туризм самарадорлигига сезиларли таъсирини тасдиқлади, бу эса режалаштириш ва стратегияни ишлаб чиқишни оптималлаштириш имконини беради.

Ижобий тенденцияларга қарамай, тадқиқотда меҳмонхоналар фондининг етарли даражада тўлдирилмаганлиги ва инфратузилмани яхшилаш зарурати каби муайян муаммолар аниқланди. Бу жиҳатлар туризм индустриясининг рақобатбардошлигини ошириш ва уни барқарор ривожлантиришга тизимли ёндашишни тақозо этади.

Туристик индустриянинг узлуксиз ўсишини таъминлаш ва иш фаолиятини яхшилаш учун қуйидаги чора-тадбирларни амалга ошириш зарур.

Биринчидан, туризм инфратузилмасини оптималлаштириш зарур. Меҳмонхона фондини модернизация қилиш, транспортдан фойдаланиш имкониятларини яхшилаш ва хизматларни ривожлантириш сайёҳларнинг қўлайлиги ва қониқлигини оширади;

Иккинчидан, рақамли технологияларни фаол жорий этиш зарур. Мобиль иловалар, виртуал экскурсиялар ва интерактив хариталарни ишлаб чиқиш нафақат саёҳатни режалаштиришни осонлаштиради, балки Ўзбекистонни замонавий саёҳатчилар учун янада жозибадор қилади.

Учинчи муҳим йўналиш – маркетинг стратегияларини такомиллаштириш. Мақсадли кампаниялар, ноёб маданий-тарихий диққатга сазовор жойларга эътибор қаратиш, халқаро сайёҳлик кўргазмаларида иштирок этиш мамлакат нуфузини мустақкамлайди;

Инсон капиталини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратиш лозим. Туризм ходимлари учун тренинглар ўтказиш ва уларнинг малакасини ошириш хизмат кўрсатишнинг юқори даражасини таъминлайди.

Бундан ташқари, соҳани янада ривожлантириш учун янада асосланган қарорлар қабул қилиш имконини берадиган мониторинг ва маълумотларни таҳлил қилиш тизимларини жорий этиш муҳим аҳамиятга эга.

Ва ниҳоят, ички туризмни рағбатлантириш ва кенг аудиторияни жалб қилиш ва атроф-муҳитга таъсирини минималлаштиришга ёрдам берадиган экологик ва барқарор туризм йўналишларини ривожлантириш керак. Бу чора-тадбирлар Ўзбекистонда туризм соҳасини барқарор ривожлантириш учун мустақкам замин яратади.

Internet of Things, (), 153-164. doi: <https://doi.org/10.54216/JISIoT.140213>

2. Scrucca F., Severi C., Galvan N., Brunori A. (2016). A new method to assess the sustainability performance of events: Application

to the 2014 World Orienteering Championship. *Environmental Impact Assessment Review*, 56. <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2015.08.002>

3. Xu J., Yao L., Mo L. (2011). Simulation of low-carbon tourism in world natural and cultural heritage areas: An application to Shizhong District of Leshan City in China. *Energy Policy*, 39. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2011.04.047>

4. Niavis S., Tsiotas D. (2019). Assessing the tourism performance of the Mediterranean coastal destinations: A combined efficiency and effectiveness approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100379>

5. Plzakova L. (2022). Evaluation of investments in the tourism sector with a local focus. *Evaluation and Program Planning*, 94. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2022.102151>

6. Suno Wu J., Barbrook-Johnson P., Font X. (2021). Participatory complexity in tourism policy: Understanding sustainability programmes

with participatory systems mapping. *Annals of Tourism Research*, 90. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103269>

7. Shin H., Kang J. (2023). Bridging the gap of bibliometric analysis: The evolution, current state, and future directions of tourism research using ChatGPT. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 57. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.09.001>

8. Шаныгин С.И. Корреляционный и регрессионный анализ: учебник для вузов / С.И.Шаныгин; ответственный редактор В.В. Ковалев. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 70 с.

9. Гизатуллина, О. М. (2021). Система показателей для оценки туристической деятельности в РФ. *Экономические науки*, 8(201), 169-174.

10. Eid, M. Astanakulov, O. Khayitov, O. Rakhmanov, K. Mirzaliev, S. (2025). A Comprehensive Data Fusion Analysis for Virtual Tourism Systems. *Fusion: Practice and Applications*, (), 315-328. DOI: <https://doi.org/10.54216/FPA.170223>