

6/2025,
noyabr-
dekabr
(№ 00080)



ЎЗБЕКИСТОН ИҚТИСОДИЙ ЎСИШИДА ТУРИЗМНИНГ ЎРНИ: АСОСИЙ ОМИЛЛАР ТАЪСИРИ

Астанакулов Олим Таштемирович

Ўзбекистон халқаро исломшунослик академияси Халқаро ҳамкорлик масалалари бўйича проректори, DSc, проф. Тошкент, Ўзбекистон.

Email: astanakulov@gmail.com

ORCID: 0000-0002-0536-1214

Сохибова Муслимахон Холматжон қизи

Ўзбекистон Республикаси Туризм қўмитаси ҳузуридаги Туризмни ривожлантириш илмий-тадқиқот институти таянч докторанти. Тошкент, Ўзбекистон.

Email: zaynutdinovamuslimakhon@gmail.com

ORCID: 0009-0003-6868-1770

DOI: https://doi.org/10.55439/EIT/vol13_iss6/767

Аннотация

Глобал иқтисодиётда туризм соҳаси барқарор ўсиш манбаи сифатида муҳим аҳамият касб этиб, миллий рақобатбардошлик ва минтақавий ривожланишни рағбатлантиради. Ушбу мақолада Ўзбекистон иқтисодий ўсишида туризмнинг тутган ўрни ҳамда соҳанинг ривожига таъсир этувчи асосий омиллар мунтазам таҳлил қилинган. Тадқиқот 2016–2024 йиллар давомида шаклланган расмий статистик маълумотлар асосида амалга оширилган бўлиб, ички ва ташқи туристлар сони, меҳмонхона фонди юкланиши, туризм хизматлари экспорти, соҳадаги бандлик даражаси ҳамда туризм инфратузилмасининг ривожланиш динамикаси каби кўрсаткичлар комплекс ҳолда ўрганилган. Таҳлил натижалари туризм сектори иқтисодий ўсишни таъминлашда стратегик драйвер сифатида намоён бўлаётганини ва мамлакатнинг инвестициявий, инфратузилмавий ҳамда маркетинг имкониятлари кенгайиб бораётганини кўрсатади.

Калит сўзлар: туризм, иқтисодий ўсиш, ЯИМ, ички туристлар, ташқи туристлар, меҳмонхона инфратузилмаси, туризм экспорти, бандлик, омилли таҳлил.

РОЛЬ ТУРИЗМА В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РОСТЕ УЗБЕКИСТАНА: ВЛИЯНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ

Астанакулов Олим Таштемирович

Проректор по международному сотрудничеству Международной академии исламоведения Узбекистана, доктор наук, профессор. Ташкент, Узбекистан.

Сохибова Муслимахон Холматжон қизи

Докторант Научно-исследовательского института развития туризма При Государственном комитете Республики Узбекистан по развитию туризма. Ташкент, Узбекистан.

Аннотация

В мировой экономике сфера туризма играет важную роль как источник устойчивого роста, стимулирующий национальную конкурентоспособность и региональное развитие. В данной статье системно анализируется роль туризма в экономическом росте Узбекистана и основные факторы, влияющие на развитие сектора. Исследование проведено на основе официальных статистических данных, сформированных в период 2016–2024 годов, и всесторонне изучены такие показатели, как количество внутренних и иностранных туристов, заполняемость гостиниц, экспорт туристических услуг, занятость в секторе и динамика развития туристической инфраструктуры. Результаты анализа показывают, что сфера туризма становится стратегическим драйвером обеспечения экономического роста и что инвестиционные, инфраструктурные и маркетинговые возможности страны расширяются.

Ключевые слова: туризм, экономический рост, ВВП, внутренние туристы, иностранные туристы, гостиничная инфраструктура, экспорт туризма, занятость, факторный анализ.

THE ROLE OF TOURISM IN UZBEKISTAN’S ECONOMIC GROWTH: THE IMPACT OF KEY FACTORS

Astanakulov Olim

Vice-Rector for International Cooperation of the International Academy of Islamic Studies of Uzbekistan, Doctor of Science, Professor. Tashkent, Uzbekistan.

Sokhibova Muslimakhon

PhD student of Tourism development institute under the Tourism Committee of the Republic of Uzbekistan

Abstract

Tourism plays a vital role in the global economy as a source of sustainable growth, stimulating national competitiveness and regional development. This article systematically analyzes the role of tourism in Uzbekistan's economic growth and the main factors influencing the sector's development. The study is based on official statistical data compiled between 2016 and 2024 and comprehensively examines indicators such as the number of domestic and international tourists, hotel occupancy rates, tourism exports, employment in the sector, and the dynamics of tourism infrastructure development. The analysis demonstrates that tourism is becoming a strategic driver of economic growth, and that the country's investment, infrastructure, and marketing opportunities are expanding.

Key words: tourism, economic growth, GDP, domestic tourists, foreign tourists, hotel infrastructure, tourism export, employment, factor analysis.

Кириш

Бугунги глобаллашув ва рақамлашув шароитида туризм соҳаси жаҳон иқтисодиётининг энг тез ривожланаётган тармоқларидан бирига айланди. Туризм фақатгина иқтисодий фаолият тури эмас, балки маданий алмашинув, минтақавий ривожланиш ва янги иш ўринлари яратишнинг муҳим драйверидир. Халқаро туризм ташкилоти (UN Tourism) маълумотларига кўра, сўнгги йилларда туризмнинг жаҳон даражасидаги ички маҳсулотига улуши 10 фоиздан ошиб кетган [15] бўлиб, бу соҳада жаҳон

бўйича ҳар ўнта иш ўрнидан бири тўғридан-тўғри ёки билвосита туризм ҳиссасига тўғри келади [16]. Шу боис туризм мамлакатларнинг иқтисодий барқарорлигини таъминлаш, экспорт салоҳиятини ошириш ва хорижий сармояларни жалб этишда муҳим омил сифатида намоён бўлмоқда.

Ўзбекистон Республикаси учун ҳам туризм соҳаси стратегик аҳамиятга эга. Мамлакатнинг бой тарихий ва маданий мероси, табиий ландшафтлари, транспорт ва инфратузилманинг изчил ривожланиши туризмни миллий иқтисодийнинг устувор йўналишларидан бирига айлантирмоқда. Сўнгги йилларда туризмни ривожлантириш бўйича давлат сиёсати янги босқичга кўтарилди. Хусусан, 2016 йилдан бошлаб, виза режимини енгиллаштириш, халқаро авиақатновларни кўпайтириш, хизмат кўрсатиш сифати ва туризм инфратузилмасини яхшилашга қаратилган ислохотлар амалга оширилмоқда. “2022 – 2026 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантириш стратегияси”да ҳам туризмни иқтисодийнинг муҳим тармоғи сифатида қўллаб-қувватлаш ва унинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини ошириш устувор вазифа сифатида белгиланган [1].

Шу билан бирга, сўнгги йиллардаги глобал синовлар – жумладан, COVID-19 пандемияси – туризм соҳасига жиддий таъсир кўрсатди. 2020 йилда хорижий туристлар сони 1,5 миллион нафаргача қисқарди, меҳмонхоналарнинг юкланиш даражаси 10 фоиздан кам бўлди, экспорт тушумлари эса 5 баробарга яқин камайди. Бироқ 2021 йилдан бошлаб соҳа тикланиш тенденциясини намоён этди: ички туризм фаоллашди, янги меҳмонхоналар ва туризм субъектлари ташкил этилди, 2024 йилга келиб эса хорижий туристлар сони 10 миллион нафардан ошди. Бу жараёнлар Ўзбекистонда туризмнинг иқтисодий аҳамиятини янада оширди [13].

Шу нуқтаи назардан, туризмнинг иқтисодий ўсишга таъсирини чуқур таҳлил қилиш замонавий иқтисодий тадқиқотларда долзарб йўналиш ҳисобланади. Илмий манбалар ва халқаро эмпирик тадқиқотлар натижаларига кўра, туризм ялпи ички маҳсулот ўсишига, меҳнат бозорида иш билан бандлик даражасига ҳамда экспорт даромадларининг ортишига сезиларли даражада таъсир кўрсатади [14]. Шунингдек, туризм соҳаси юқори **мультипликатив самарага** эга бўлиб, у транспорт, савдо, молия, ахборот технологиялари ва хизмат кўрсатиш каби турдош тармоқларда иқтисодий фаолликни рағбатлантиради. Натижада, туризм нафақат иқтисодий ўсишни таъминлайди, балки иқтисодийнинг таркибий диверсификацияси ва барқарор ривожланишини таъминловчи стратегик омил сифатида намоён бўлади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили

Туризмнинг иқтисодий ўсишга таъсири халқаро ва маҳаллий тадқиқотларда кенг ўрганилган муҳим мавзулардан бири ҳисобланади. Бу соҳадаги таҳлиллар асосан туризмнинг тўғридан-тўғри ва билвосита иқтисодий ҳиссаси, иш билан бандликка таъсири ҳамда барқарор ривожланиш имкониятларига қаратилган.

Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, туризм ялпи ички маҳсулот, иш билан бандлик ва экспорт даромадларига сезиларли таъсир кўрсатади [2]. Шу билан бирга, туризмни глобал иқтисодий ўсишнинг муҳим драйвери сифатида эътироф этиш бўйича иқтисодий таҳлиллар кўп. Бизнинг фикримча, туризмнинг таъсирини таҳлил қилишда унинг мультипликатив самарасини ҳисобга олиш муҳим, чунки бу соҳанинг ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш тармоқларига билвосита таъсирини ҳам очиб беради.

Туризм соҳаси меҳмонхоналар, турар жойлар ва рекреацион объектларда тўғридан-тўғри иш ўринлари яратади ва шу билан бирга транспорт, молия, савдо ва маданий соҳаларда билвосита бандликни ҳам таъминлайди [3]. Айрим тадқиқотлар туризм орқали яратилган иш ўринлари мавсумий ва паст маошли бўлиши мумкинлигини кўрсатса ҳам, фикримча, мултипликатив таъсир бу соҳанинг барқарор иқтисодий ўсишга ҳиссасини сезиларли даражада оширади.

Бир қатор тадқиқотлар туризм ва иқтисодий ўсиш ўртасида узоқ муддатли тенглик муносабатлари мавжудлигини кўрсатади [4]. Бу яъни, туризм иқтисодий ўсиш учун катализатор вазифасини бажариши мумкин, ёки айрим ҳудудларда аксинча, иқтисодий ўсиш туризм талабини рағбатлантириши мумкин. Бу муносабатларнинг йўналиши минтақавий ва маданий омилларга боғлиқлиги ҳам муҳимдир: ривожланган иқтисодиётларда туризм талабини иқтисодий ўсиш ривожлантирса, кам ривожланган минтақаларда туризм инвестиция киритиш орқали иқтисодий ўсишни қўллаб-қувватлайди.

Юқори миллий даромад, табиий ва маданий мерос объектлари ҳамда самарали давлат бошқаруви халқаро туристларни жалб қилишда муҳим аҳамиятга эга [5]. Шу нуқтаи назардан, бизнинг фикримча, туризм салоҳиятини баҳолашда инфратузилма ва транспорт имкониятларини ҳам кўшиш зарур.

Туризм стратегияларини Барқарор ривожланиш мақсадлари (SDGs) билан уйғунлаштириш узоқ муддатли ривожланиш ва туризм талабини оширишга хизмат қилади [6]. Аммо SDGга интеграция давлат сиёсати ва хусусий секторнинг мувофиқлигини талаб қилади, бу эса амалий қийинчиликлар туғдиради.

Иқтисодий ўсиш ва энергия истеъмоли туризмга сезиларли таъсир кўрсатади, CO₂ чиқиндилари эса узоқ муддатли экологик таъсирларни келтириб чиқаради [7]. Бизнинг фикримча, туризмнинг экологик зарарини минималлаштириш ва иқтисодий фойдани мувофиқлаштириш учун технологиялардан фойдаланиш муҳимдир.

Рақамли инфратузилма, хусусан хавфсиз серверлар ва кенг полосали интернет орқали рақамлаштириш туризмнинг бандликка таъсирини оширади, айниқса барқарор ривожланиш мақсадида [8]. Бизнинг фикримча, рақамлаштириш имкониятлари мамлакат ва минтақага қараб турлича бўлади, бу эса туризмни ривожлантиришда стратегик режалаштириш зарурлигини кўрсатади.

Туризм экологик зарар ва CO₂ чиқиндиларини ошириши мумкин, шу боис барқарор туризм амалиётини жорий қилиш зарур [9]. Шу билан бирга, туризм маҳаллий иқтисодиётни қўллаб-қувватласа ҳам, айрим ҳолларда даромад тенгсизлиги юзага келиши мумкин [10]. Бизнинг фикримизча, самарали туризм сиёсати офатларга тайёргарлик, барқарор амалиётлар ва рақамли инфратузилмани интеграция қилиш орқали иқтисодий, экологик ва ижтимоий манфаатларни мувофиқлаштириши керак.

Шу билан бирга, айрим тадқиқотчилар туризм соҳасида барқарор ривожланишни таъминлаш учун экология, инфратузилма ва инновацион технологиялар уйғунлигини муҳим деб ҳисоблайдилар [11]. Бошқа ишларида эса экологик туризмни ривожлантириш, муҳитни муҳофаза қилиш ва иқтисодий ўсишни рағбатлантиришда замонавий ечимлардан фойдаланиш зарурлиги таъкидланади [12].

Туризм мамлакат иқтисодиётида узоқ муддатли барқарор ўсишни таъминлайдиган стратегик тармоқ ҳисобланади. У нафақат тўғридан-тўғри даромад ва иш ўринлари яратади, балки туризм билан боғлиқ мултипликатив таъсир орқали турли

соҳаларда иқтисодий фаолликни рағбатлантиради. Шунингдек, барқарор ривожланиш ва рақамли инфратузилма орқали туризмнинг ижтимоий ва экологик самарадорлигини ошириш имкони мавжуд. Шу боис, мамлакат учун туризмни ривожлантиришда комплекс ва стратегик ёндашув муҳимдир.

Тадқиқот методологияси

Ушбу тадқиқотда 2016 – 2024 йиллар даврига оид статистик маълумотлар базаси асосида таҳлил олиб борилди. Асосий кўрсаткичлар қаторига хорижий ва ички туристлар сони, экспорт ҳажми, меҳмонхона фондининг юкланиш даражаси, туризм соҳасида бандлик, ЯИМ ҳамда туристик инфратузилма киритилди. Бу кўрсаткичлар туризмнинг миллий иқтисодиётга таъсирини кенг қамровда баҳолаш имконини берди. Иқтисодий эконометрик модел шакли қуйидагича белгиланди:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

Бу ерда:

Y – туризмнинг ЯИМдаги улуши,

X_i – туризмга таъсир этувчи асосий омиллар, жумладан туристлар сони, экспорт, меҳмонхона фонди, бандлик ва инфратузилма кўрсаткичлари,

β_i – ҳар бир омилнинг ЯИМга таъсир кўрсатиш коэффициенти,

ε – тасодифий хатолар.

Тадқиқотда омилли таҳлил усули қўлланилди. Унинг асосий мақсади – кўпсонли ўзгарувчилар ўртасидаги асосий боғлиқликни аниқлаб, қайси омилни ривожлантириш ЯИМни кўпроқ таъсир қилишини кўрсатишдан иборат. Бу усул туризмнинг иқтисодий ўсишга таъсирини комплекс ва тизимли баҳолаш имконини беради ҳамда стратегик режалаштириш учун асосий йўналишларни белгилайди.

Таҳлил ва натижалар

2016–2019 йиллар мобайнида Ўзбекистонда ички ва ташқи туризм кескин ўсиш кўрсатди. Хорижий туристлар сони 2,03 млн.дан 6,75 млн. нафаргача ўсди, ички туристлар эса 8,9 млн.дан 14,7 млн. нафарга етди. Туризм хизматлари экспорти ҳам 1 252,5 млн. АҚШ долларидан 1 313 млн. долларни ташкил қилиб, ҳажм ва экспорт даромадлари жиҳатидан барқарор ўсишни кўрсатди. Шу билан бирга, меҳмонхона фонди ва инфратузилма ривожини ҳам сезиларли даражада яхшиланди: жами туризм инфратузилма объектлари сони 856 дан 3 868 тага, турар жой воситалари 609 дан 2 163 тага етди.

1-Жадвал

2016-2024-йиллар кесимида Ўзбекистондаги асосий туризм кўрсаткичлари¹

Кўрсаткич	Ўлчов бирлиги	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ЯИМ	млрд. сўм	255421,9	356453,8	473652,8	59659,6	668038,0	820536,6	995573,1	1192162,5	1454000,0
Хорижий сайёҳлар	млн. киши	2,03	2,69	5,35	6,75	1,5	5,23	6,63	10,06	5,23
Ички сайёҳлар	млн. киши	8,9	10,6	12,4	14,7	3,5	5,8	11,4	20,6	22,7

¹ Ўзбекистон Республикаси Миллий Статистика Қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланди

Кўрсаткич	Ўлчов бирлиги	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Туризм хизматлари экспорти	млн. АҚШ доллари	1252,5	546,9	1041,1	1313	255,8	422,1	1609,8	2143,1	3395,2
Меҳмонхона фондининг юкланиш даражаси	фоиз	-	39,3	31,5	28,4	9,6	16,3	20,1	18,9	19,3
Туризм соҳасида бандлик	минг. киши	170,9	187,6	201	231,4	190,8	208,1	214,6	334	398
Туристлик инфратузилма объектлари	дона	856	1 251	2 751	3 868	5 253	7 680	11613	13033	14378

2020–2021 йилларда COVID-19 пандемияси таъсири билан туристлар сони ва туризм экспорти кескин пасайди. Хорижий туристлар 6,75 млн.дан 1,5 млн. нафарга тушди, ички туризм 14,7 млн.дан 3,5 млн. нафарга, туризм экспорти эса 1 313 млн. доллардан 255,8 млн. долларга камайди. Меҳмонхоналар юкланиш даражаси 28,4% дан 9,6% гача пасайди ва бандлик 231,4 мингдан 190,8 мингга тушди. Бу кўрсаткичлар пандемиянинг туризм соҳасига тўғридан-тўғри салбий таъсирини кўрсатади.

2021 йилдан бошлаб туризм соҳаси тезкор тикланиш жараёнига кирди. 2022–2024 йилларда хорижий туристлар сони 5,23 млн.дан 10,06 млн. нафарга етди, ички туристлар эса 11,4 млн.дан 22,7 млн. нафарга ўсди. Туризм экспорти 1 609,8 млн. доллардан 3 395,2 млн. долларга ўсди, бандлик 214,6 мингдан 398 мингга, турар жой воситалари эса 5 029 дан 6 153 тага етди. Туристлик инфратузилма объектлари ва транспорт воситалари ҳам сезиларли ривожланди: инфратузилма объектлари 11 613 тага, туристик транспорт воситалари 2 235 дан 3 988 тага ошди. ЯИМда туризмнинг тўғридан-тўғри улуши ҳам 1,4% дан 1,9% гача ўсди, бу соҳанинг иқтисодий аҳамиятининг ортиб бораётганлигини кўрсатади.

Шу орқали, Ўзбекистонда туризм соҳаси пандемиядан кейинги даврда тикланиш ва ривожланиш тенденциясига эга бўлиб, бу ички ва ташқи туризмни, инфратузилмани ва бандликни кенгайтириш орқали миллий иқтисодиётнинг ўсишида муҳим омил эканлигини кўрсатмоқда. Бу жараёнлар туризмни стратегик ривожлантириш ва инвестиция қилиш учун асосий йўналишларни белгилайди.

Туризм соҳаси кўрсаткичлари бўйича дескриптив статистик натижалар

	Y	X1	X2	X3	X4
Mean	756722.0	6742.556	237.3778	12.28889	4.680000
Median	668038.0	5253.000	208.1000	11.40000	5.230000
Maximum	1454000.	14378.00	398.0000	22.70000	10.06000
Minimum	255421.9	856.0000	170.9000	3.500000	1.500000
Std. Dev.	397287.8	5168.327	76.59721	6.302469	2.887867
Skewness	0.460332	0.336294	1.310638	0.381331	0.505758
Kurtosis	2.097592	1.569884	3.210562	2.177783	2.223281
Jarque-Bera	0.623236	0.936602	2.593284	0.471635	0.609921
Probability	0.732261	0.626065	0.273449	0.789925	0.737153
Sum	6810498.	60683.00	2136.400	110.6000	42.12000
Sum Sq. Dev.	1.26E+12	2.14E+08	46937.06	317.7689	66.71820
Observations	9	9	9	9	9

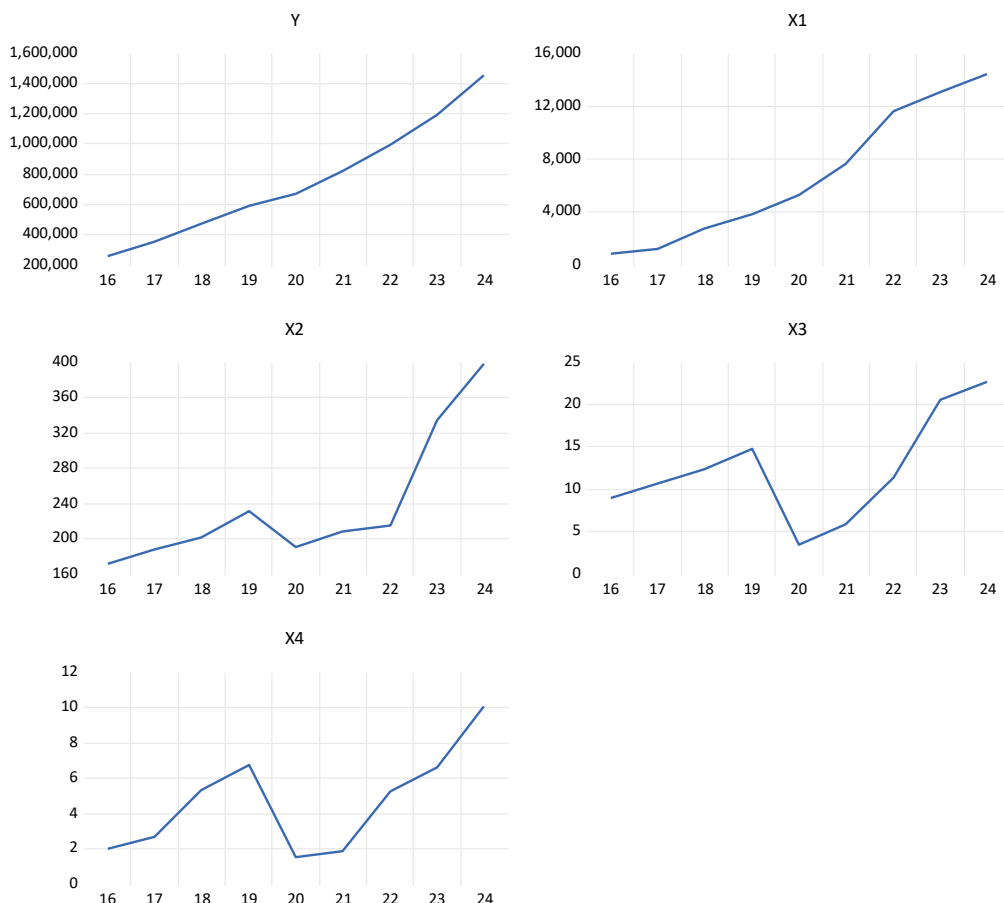
Шу нуқтаи назардан, туризм соҳасининг иқтисодий ўсишга таъсирини аниқлаш мақсадида унинг асосий кўрсаткичлари ўртасидаги боғлиқликни иқтисодий-иқтисодий моделлар орқали баҳолаш муҳим аҳамият касб этади.

Туризм инфратузилмаси, меҳмонхона фонди, ички ва ташқи туристлар сони ҳамда соҳадаги бандлик даражаси мамлакат ялпи ички маҳсулотига тўғридан-тўғри ва билвосита таъсир кўрсатувчи омиллар сифатида намоён бўлади. Шу боис, иқтисодий таҳлилда ушбу ўзгарувчиларни қамраб олган регрессия ва омилли моделлар қўлланилди.

Қулайлик учун, ялпи ички маҳсулот (Y)ни натижавий кўрсаткич сифатида, туризм инфратузилмаси ва объектлар сонини (X_1), туризм соҳасида банд бўлганлар сонини X_2 , маҳаллий туристлар сонини X_3 ҳамда халқаро туристлар сонини X_4 асосий таъсир этувчи омиллар сифатида белгилаймиз.

Дастлаб, ушбу ўзгарувчиларнинг умумий статистик тавсифини аниқлаш, яъни уларнинг ўртача қиймати, дисперсияси, минимал ва максимал қийматлари, ҳамда стандарт оғишини ҳисоблаш орқали маълумотларнинг бирламчи таҳлили амалга оширилади. Бу жараён моделни қуришдан олдин маълумотлар тузилишини баҳолаш ва эҳтимолий аномал қийматларни аниқлаш имконини беради.

Иқтисодий ҳисоб-китоблар ва статистик баҳолаш ишларини амалга ошириш учун EViews 12 дастурий пакети қўлланилади. Мазкур дастур орқали маълумотлар базаси юкланиб, дескриптив статистика жадвали шакллантирилди ва ҳар бир ўзгарувчи бўйича асосий статистик кўрсаткичлар қуйидаги жадвалда келтирилди.



1-расм. Ўзбекистонда туризм омиллари ва ЯИМнинг 9 йиллик ўзгариш графиги

3-жадвалда Y , X_1 , X_2 , X_3 ва X_4 ўзгарувчиларининг 9 йиллик статистик кўрсаткичлари келтирилган. Жадвал орқали ҳар бир ўзгарувчининг ўртача қиймати (Mean), энг юқори ва энг паст қийматлари (Maximum ва Minimum), ҳамда тарқалиш даражаси (Std. Dev.) ҳақида маълумот олиш мумкин. Шу билан бирга, Skewness ва Kurtosis кўрсаткичлари орқали маълумотларнинг тақсимоти ва симметрия даражаси ҳақида хулоса чиқариш мумкин. Jarque-Bera тест натижалари эса маълумотларнинг нормал тақсимотга яқинлигини кўрсатади. Бу иқтисодий омилларнинг 9 йиллик ўзгаришни қўйидаги расмларда кўришимиз мумкин.

Иқтисодий омиллар ўртасидаги ўзаро боғлиқлик даражасини аниқлаш мақсадида корреляция матрицаси таҳлил қилинади. Бу босқичда асосий мақсад – ялпи ички маҳсулот (Y) билан танланган омиллар (X_1 , X_2 , X_3 , X_4) ўртасидаги статистик муносабатларнинг кучини ва йўналишини аниқлашдир. Корреляцион таҳлил орқали қайси ўзгарувчи ЯИМга энг юқори даражада таъсир кўрсатаётганини, қайсиларининг ўзаро мустаҳкам боғлиқ эканлигини баҳолаш мумкин бўлади. Шу тарзда, кейинги регрессия моделларини қуришда олинган маълумотлар асосий манба вазифасини бажаради.

Ўзгарувчилар ўртасидаги корреляция матрицаси

	Y	X1	X2	X3	X4
Y	1	0.98396730...	0.88482321...	0.64819663...	0.70109606...
X1	0.98396730...	1	0.81852098...	0.59981200...	0.63682077...
X2	0.88482321...	0.81852098...	1	0.87669014...	0.85250210...
X3	0.64819663...	0.59981200...	0.87669014...	1	0.92890707...
X4	0.70109606...	0.63682077...	0.85250210...	0.92890707...	1

Жадвалдан кўриниб турибдики, барча ўзгарувчилар ўртасида ижобий боғлиқлик мавжуд. Энг юқори корреляция Y ва X_1 (0.98) орасида кузатилган бўлиб, бу икки кўрсаткич ўртасидаги боғланиш жуда кучли эканлигини англатади. Шунингдек, X_3 ва X_4 (0.93) ўзаро юқори даражада боғлиқ. Умуман олганда, корреляция коэффицентларининг барчаси 0.6 дан юқори бўлгани сабабли, ўзгарувчиларнинг бирига таъсири сезиларли даражада кучли деб баҳоланади.

Тадқиқотнинг кейинги босқичида танланган иқтисодий кўрсаткичлар асосида ялпи ички маҳсулотга таъсир этувчи омилларни баҳолаш учун иқтисодий-эконометрик модел қурилади.

Бу босқичда асосий мақсад – туризм соҳаси билан боғлиқ омиллар (X_1, X_2, X_3, X_4)нинг ЯИМ (Y)га таъсир йўналиши ва даражасини аниқлашдир. Шунингдек, регрессия тенгламаси ёрдамида ҳар бир ўзгарувчининг иқтисодий мазмуни, унинг натижавий кўрсаткичга қўшган ҳиссаси ҳамда статистик аҳамият даражаси баҳоланади.

Олинган регрессия натижалари таҳлили шуни кўрсатадики, қурилган иқтисодий модел юқори даражада аниқлик ва ишончликка эга. Буни $R\text{-squared} = 0.9983$ ҳамда $Adjusted\ R\text{-squared} = 0.9966$ кўрсаткичлари тасдиқлайди, яъни модель ялпи ички маҳсулот (Y)даги ўзгаришларнинг тахминан 99,8 фоизини танланган мустақил ўзгарувчилар орқали тушунтиради.

Шу билан бирга, барча асосий омиллар – туризм инфратузилмаси (X_1), соҳада банд бўлганлар сони (X_2), маҳаллий туристлар сони (X_3) ва халқаро туристлар сони (X_4) – статистик жиҳатдан аҳамиятли ($Prob < 0.05$) эканлиги аниқланди. Бу эса ушбу кўрсаткичларнинг ЯИМга таъсири муҳим ва иқтисодий жиҳатдан асосли эканлигини англатади.

Константа (C)нинг $Prob = 0.6682$ бўлиши, унинг моделдаги таъсири статистик жиҳатдан аҳамиятсиз эканлигини кўрсатади. Демак, ЯИМ ўзгариши асосан танланган иқтисодий омиллар билан изоҳланади.

Олинган натижалар асосида қуйидаги чизиқли регрессия тенгламаси шакллантирилди.

$$Y_t = -18231.02 + 53.75X_1 + 2345.807X_2 - 21690.51X_3 + 26119.67X_4$$

Тузилган регрессия тенгламасининг натижалари шуни кўрсатадики, модел параметрлари статистик жиҳатдан ишончли ва аҳамиятлидир. Умумий моделнинг $F\text{-statistic} = 586.44$ ва $Prob(F\text{-statistic}) = 0.000009$ қийматлари ҳам бутун моделнинг умумий статистик аҳамиятли эканлигини тасдиқлайди.

Регрессия натижалари таҳлили

Dependent Variable: Y
 Method: Least Squares
 Date: 11/10/25 Time: 16:53
 Sample: 2016 2024
 Included observations: 9

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1	53.75156	3.094900	17.36778	0.0001
X2	2345.807	342.4963	6.849145	0.0024
X3	-21690.51	4288.580	-5.057737	0.0072
X4	26119.67	7957.672	3.282325	0.0304
C	-18231.02	39477.04	-0.461813	0.6682

R-squared	0.998298	Mean dependent var	756722.0
Adjusted R-squared	0.996595	S.D. dependent var	397287.8
S.E. of regression	23181.28	Akaike info criterion	23.24026
Sum squared resid	2.15E+09	Schwarz criterion	23.34983
Log likelihood	-99.58116	Hannan-Quinn criter.	23.00381
F-statistic	586.4428	Durbin-Watson stat	2.427242
Prob(F-statistic)	0.000009		

Durbin–Watson статистикаси 2.42 га тенг бўлиб, бу қиймат назарий 2 сонга яқин. Шу боис, моделда қўлланилган қолдиқларда автокорреляция муаммоси мавжуд эмас, деб хулоса қилиш мумкин. Бу ҳолат моделнинг ишончилиги ва прогнозлашда қўллаш имконияти юқори эканини кўрсатади.

Умуман олганда, регрессия тенгламаси статистик жиҳатдан аҳамиятли, параметрлари ишончли ва қўлланилган маълумотлар тўпламидаги боғланишларни самарали акс эттиради. ва бу тасдиқни қуйидаги жадвал орқали тасдиқлаш мумкин.

Автокорреляция ва қисман корреляция жадвали натижаларига кўра, қолдиқларда сезиларли автокорреляция кузатилмайди. Барча кечикиш даражалари бўйича Prob қийматлари 0.05 дан катта ($P > 0.05$) бўлиб, бу автокорреляция мавжуд эмаслигини кўрсатади. Шунингдек, Q-stat қийматларининг паст бўлиши ҳам модел қолдиқларининг тасодифийлигини тасдиқлайди.

Автокорреляция ва қисман корреляция жадвали натижалари

Date: 11/10/25 Time: 16:58
 Sample: 2016 2024
 Included observations: 9

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1 -0.476	-0.476	2.7983	0.094
		2 0.076	-0.195	2.8790	0.237
		3 -0.186	-0.317	3.4518	0.327
		4 0.302	0.093	5.2549	0.262

Шу сабабли, регрессия моделида қолдиқлар ўзаро боғлиқ эмас, деган хулосага келиш мумкин. Бу эса моделнинг статистик жиҳатдан барқарор ва ишончли эканлигини кўрсатади.

Модельда қолдиқ дисперсиясининг барқарорлигини баҳолаш мақсадида Breusch–Pagan testi қўлланилди. Ушбу тест ёрдамида регрессия тенгламасида

гетероскедастиклик (яъни, хатолар дисперсиясининг ўзгарувчанлиги) мавжуд ёки мавжуд эмаслиги аниқланади.

Тест натижалари бўйича ҳисобланган эҳтимол қиймати ($Prob > 0.05$) бўлган тақдирда, нол гипотеза – қолдиқларда гетероскедастиклик мавжуд эмаслиги – рад этилмайди. Шунингдек, моделда хатоларнинг дисперсияси барқарор эканлиги, яъни гомоскедастиклик таъминланган, деб хулоса қилиш мумкин.

Бу эса регрессия модели параметрларининг ишончли ва статистик жиҳатдан барқарор эканлигини кўрсатади. Биз ушбу тест ёрдамида текширганда қуйидагича натижани олинди.

6-жадвал

Breusch–Pagan–Godfrey тест натижалари

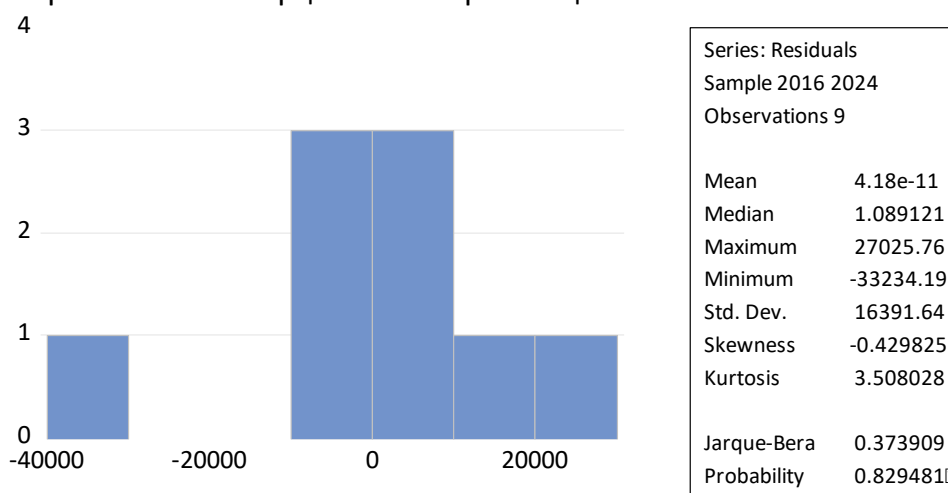
Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	1.862263	Prob. F(4,4)	0.2809
Obs*R-squared	5.855634	Prob. Chi-Square(4)	0.2102
Scaled explained SS	1.450479	Prob. Chi-Square(4)	0.8354

Breusch–Pagan–Godfrey тест натижаларига кўра, $Prob.F(4,4) = 0.2809 > 0.05$ бўлганлиги сабабли, нол гипотеза (H_0) – қолдиқлар дисперсияси барқарор, яъни гомоскедастиклик мавжуд – рад этилмайди. Бу эса моделда хатоларнинг тарқалиши барқарор эканлигини ва гетероскедастиклик муаммоси мавжуд эмаслигини кўрсатади.

Шундай қилиб, регрессия моделида дисперсиянинг ўзгармаслиги таъминланган бўлиб, бу модел параметрларининг ишончли ва статистик жиҳатдан барқарор эканлигини илмий жиҳатдан тасдиқлайди.

Модельнинг аниқлиги ва ишончилигини баҳолашда қолдиқларнинг тақсимотини текшириш муҳим аҳамиятга эга. Агар қолдиқлар нормал тақсимланган бўлса, бу моделда тизимли хатоликлар йўқлигини ва баҳолаш натижалари ишончли эканини англатади. Шу мақсадда, қуйида қолдиқлар тақсимоти ва уларнинг асосий статистик кўрсаткичлари таҳлил қилинди. Қолдиқларнинг нормал тақсимотга эгалигини Jarque-Bera тести орқали текшириб чиқамиз.



2-расм. Jarque-Bera тести

Жадвал натижаларига кўра, Jarque-Bera тестининг p -qiymati 0.05 дан катта бўлгани сабабли, нол гипотеза рад этилмайди. Бу эса қолдиқлар нормал тақсимотга эга эканини ва уларнинг “оқ шовқин” (white noise) хусусиятини намоён этади. Демак, моделда тизимли хатолик мавжуд эмас ва баҳолаш натижалари ишончли ҳисобланади.

Хулоса ва таклифлар

Ўтказилган тадқиқот натижалари Ўзбекистон иқтисодиётида туризм тармоғининг стратегик аҳамияти ва унинг ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) ўсишига таъсири юқори даражада эканлигини намоён этди. Эмпирик таҳлил 2016 – 2024 йиллар статистик маълумотларига асосланган бўлиб, туризм инфратузилмаси, соҳадаги бандлик, ички ва ташқи туристлар сони ҳамда туризм экспорти каби асосий омилларни ўз ичига олди. Олинган натижалар туризм соҳаси ва иқтисодий ўсиш ўртасида кучли ижобий боғлиқлик мавжудлигини кўрсатди.

Қурилган эконометрик модель юқори даражада аниқлик ва ишончилиikka эга бўлиб, $R^2 = 0.9983$ ва Adjusted $R^2 = 0.9966$ қийматлари моделнинг юқори тушунтирувчанлигини тасдиқлайди. Барча асосий омиллар статистик жиҳатдан аҳамиятли (Prob < 0.05) бўлиб, уларнинг ЯИМга таъсири иқтисодий нуқтаи назардан асосли эканлиги аниқланди. F-statistic = 586.44 ва Prob(F-statistic) = 0.000009 қийматлари моделнинг умумий аҳамиятлилигини кўрсатади. Durbin–Watson статистикаси 2.42 га тенг бўлиб, автокорреляция муаммоси мавжуд эмаслигини англатади. Breusch–Pagan–Godfrey тест натижалари Prob > 0.05 бўлгани сабабли, гетероскедастиклик кузатилмагани ва хатолар дисперсияси барқарор эканлиги аниқланди. Jarque–Bera тестининг p -қиймати 0.05 дан катта бўлиб, қолдиқларнинг нормал тақсимотга эгаллигини ҳамда “оқ шовқин” (white noise) хусусиятини тасдиқлади. Бу натижалар модель статистик жиҳатдан барқарор ва ишончли эканлигини кўрсатади.

Таҳлил натижаларига кўра, туризм инфратузилмасини ривожлантириш, соҳадаги бандликни ошириш, халқаро ва ички туристлар оқимини кенгайтириш ҳамда хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш мамлакатнинг ялпи ички маҳсулот ўсишига тўғридан-тўғри ва билвосита ижобий таъсир кўрсатади. Туризм соҳасининг ривожланиши иқтисодиётнинг таркибий диверсификациясига, инвестиция муҳитининг яхшиланишига ҳамда экспорт салоҳиятининг ортишига хизмат қилади.

Шунингдек, тадқиқот натижалари туризмнинг юқори мултипликатив самарага эга эканини кўрсатади. Соҳа фаолияти транспорт, савдо, молия ва хизмат кўрсатиш тармоқларида иқтисодий фаолликни рағбатлантиради. Демак, туризм нафақат иқтисодий ўсишни таъминлайди, балки барқарор ривожланиш, янги иш ўринлари яратиш ва ҳудудий ривожланишга ҳисса қўшувчи стратегик тармоқ сифатида намоён бўлади.

Шу нуқтаи назардан, келгусида Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда барқарор туризм амалиётларини жорий этиш, рақамли инфратузилмани ривожлантириш, халқаро маркетинг стратегияларини кучайтириш ва хорижий инвестицияларни жалб этиш муҳим вазифа ҳисобланади. Бу чора-тадбирлар мамлакатнинг иқтисодий ўсишини жадаллаштириш, экспорт салоҳиятини ошириш ва туризмни миллий иқтисодиётнинг устувор йўналиши сифатида мустаҳкамлашга хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. “2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони, 28.01.2022 йилдаги ПФ-60-сон
2. Liu, S., Islam, H., Ghosh, T., (...), Afrin, K.H. (2025). *Exploring the nexus between economic growth and tourism demand: the role of sustainable development goals*. Humanities and Social Sciences Communications.
3. Manzoor, F., Wei, L., Asif, M., (...), Ur Rehman, H. (2019). *The contribution of sustainable tourism to economic growth and employment in Pakistan*. International Journal of Environmental Research and Public Health.
4. Kaur, T.P., Kansra, P. (2018). *Tourism led economic growth in India: An application of vector error correction model*. International Journal of Business and Globalisation.
5. Rout, H.B., Mishra, P.K., Pradhan, B.B. (2016). *Socio-economic impacts of tourism in India: An empirical analysis*. Journal of Environmental Management and Tourism.
6. Din, B.H., Habibullah, M.S., Tan, S.H. (2017). *The effects of world heritage sites and governance on tourist arrivals: Worldwide evidence*. International Journal of Economics and Management.
7. Liu, S., Islam, H., Ghosh, T., (...), Afrin, K.H. (2025). *Exploring the nexus between economic growth and tourism demand: the role of sustainable development goals*. Humanities and Social Sciences Communications.
8. Gössling, S., Scott, D., Hall, C.M. (2023). *Economic growth, energy consumption, and tourism: Long-term environmental effects*. Journal of Sustainable Tourism. [Scopus link]
9. Khosravi, E., Gholizadeh, A., Saneinia, S. (2025). *Bridging the digital divide: Exploring digitalization's role in sustainable tourism for BRI countries*. Journal of Environmental Management.
10. Bekun, F.V., Dossou, T.A.M., Eluwole, K.K., (...), Uzuner, G. (2023). *Tourism and the Mediterranean Experience Amidst Environmental Issues: Fresh Insights from Panel Analysis*. International Journal of Energy Economics and Policy.
11. Umidjon To'xtaev (2023). «Ўзбекистонда туризм индустриясининг шаклланиши ва ривожланиш босқичлари». “Экономика и туризм” халқаро ilmiy-innovatsion jurnali, №3(11).
12. Равшан Темурович Ахмедходжаев (2024). «Пути развития экологического туризма в Узбекистане». Educational Research in Universal Sciences.
13. Astanakulov, O., BALBA, M. E., Khushvakt, K., & Muslimakhon, S. (2025). IoT Innovations for Transforming the Future of Tourism Industry: Towards Smart Tourism Systems. Journal of Intelligent Systems & Internet of Things, 14(2).
14. Астанакүлов, О., & Сохибова, М. (2023). Халқаро туристик хизматларнинг ривожланиши динамикаси ва тенденцияларининг тах, лили. Iqtisodiyot Va ta'lim, 24(5).
15. https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/brief/tourism-and-competitiveness?utm_source=chatgpt.com
16. https://www.untourism.int/news/un-adopts-new-tourism-employment-indicator-to-guide-efforts-towards-the-sdgs?utm_source=chatgpt.com